

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

2013



PUERTO VALLARTA
JALISCO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



 **FONATUR**
MÉXICO UN GRAN DESTINO

México
Consejo de Promoción Turística





SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO



AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

**PUERTO VALLARTA
JALISCO**



DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González
Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada
Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña
Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón
Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA
Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL
Director General



DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO

MTRO. JORGE ARISTÓTELES SANDOVAL DÍAZ

Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco

Lic. Jesús Enrique Ramos Flores

Secretario de Turismo del Estado de Jalisco

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

MTRO. ITZCÓATL TONATIUH BRAVO PADILLA

Rector de la Universidad de Guadalajara

Dr. Salvador Gómez Nieves

Director General del Proyecto



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO



PRESENTACIÓN

La prioridad del Presidente Enrique Peña Nieto ha sido emprender reformas transformadoras en los diferentes ámbitos de la vida nacional para que México sea un país en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global.

La Política Nacional Turística tiene como objeto convertir al turismo en motor de desarrollo. Por ello trabajamos en torno a cuatro grandes directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y sustentabilidad y beneficio social para promover un mayor flujo de turistas y fomentar la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional y comunitario.

Para ello, el Presidente de la República instruyó trabajar en la construcción de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Prioritarios. Las 44 Agendas desarrolladas tienen por objeto establecer un plan de acción que impulse la innovación de la oferta turística y aumente la competitividad del sector en cada una de las localidades.

Para su elaboración, la Secretaría de Turismo desarrolló una metodología uniforme y convocó a los Gobiernos de las Entidades Federativas, para, con la colaboración de 33 Instituciones de Educación Superior y la participación de cerca de 600 académicos e investigadores, autoridades municipales y los actores involucrados en el sector, desarrollar un instrumento evaluador de situaciones y generador de respuestas concretas a los lineamientos y estrategias contenidos en la Política Nacional Turística y planteados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.
- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

En la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República estamos comprometidos con el desarrollo y transformación de México, por lo que continuaremos trabajando para lograrlo. La entrega de estas Agendas de Competitividad así lo demuestra. Constituyen una oportunidad para abrir nuevos horizontes en el devenir del desarrollo turístico nacional y elevar la competitividad del sector. Representan un nuevo esquema de vinculación con la sociedad en la que participaron los diferentes agentes y actores que conforman el sector. En este sentido, las Agendas inauguran múltiples sendas propicias para el desarrollo económico sustentable y sostenible del país.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU

Secretaria de Turismo

México, D.F., febrero de 2014



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como “la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios”. A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa¹ de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

No obstante los debates académicos, el uso del término forma parte del lenguaje cotidiano utilizado por investigadores, funcionarios, académicos y demás interesados en impulsar políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de la población de los diferentes países, estados y sectores.

La actividad turística no es la excepción; por ese motivo a lo largo de los últimos años, se ha generado importante bibliografía que da cuenta de los intentos por que ésta actividad alcance niveles de excelencia, que le permita posicionarse en los primeros lugares de los catálogos de competitividad, ya sea entre naciones, estados, municipios, localidades o destinos, e incluso a nivel empresas.

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT)” del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP’s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

1 P. Krugman, “Competitiveness: A Dangerous Obsession”, Foreign Affairs, vol. 73, núm. 2, 1994, pp. 28-44



DESTINOS TURÍSTICOS

- | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Acapulco | 16. Ixtapa - Zihuatanejo | 31. Riviera Maya |
| 2. Aguascalientes | 17. Ixtapan de la Sal | 32. San Juan de Los Lagos |
| 3. Ciudad Juárez | 18. León | 33. San Luis Potosí |
| 4. Campeche | 19. Los Cabos | 34. San Miguel de Allende |
| 5. Cancún | 20. Manzanillo | 35. Tampico - Madero |
| 6. Chalma | 21. Mazatlán | 36. Tijuana |
| 7. Ciudad de México | 22. Mérida | 37. Tlacotalpan |
| 8. Cozumel | 23. Morelia | 38. Tlaxcala |
| 9. Cuernavaca | 24. Monterrey | 39. Torreón |
| 10. Durango | 25. Riviera Nayarit | 40. Tuxtla Gutiérrez |
| 11. Ensenada | 26. Oaxaca | 41. Veracruz - Boca del Río |
| 12. Guadalajara | 27. Pachuca | 42. Villahermosa |
| 13. Guanajuato | 28. Puebla | 43. Xalapa |
| 14. Hermosillo | 29. Puerto Vallarta | 44. Zacatecas |
| 15. Huatulco | 30. Querétaro | |

El propósito de focalizar los esfuerzos analíticos y de políticas públicas, en polígonos de actuación específicos, ha sido el poder identificar soluciones prácticas e impactos visibles entre los diferentes actores, que son protagonistas de la denominada industria de la hospitalidad.

Con el fin de conocer los alcances y recomendaciones derivadas de las investigaciones realizadas, se ha desarrollado para cada Agenda un resumen ejecutivo, que tiene como finalidad presentar de manera sintética, los principales resultados de los trabajos, partiendo del diagnóstico de cada destino y de las agendas construidas, considerando las principales propuestas y los proyectos de inversión identificados, con los que se busca mejorar significativamente la competitividad de las localidades y regiones que considera.

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas reticencias para generar un valor agregado creciente, es decir, se observó en la mayoría de los casos, un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, más que avanzar en profundizar en un índice de competitividad que permitiera cuantificar con precisión las brechas existentes entre los destinos y los estados, no obstante que los interesados en el tema encontrarán material para elaborar ejercicios de este tipo, nos dimos a la tarea de identificar en cada destino seleccionado, las claves que permitan revertir las problemáticas y obstáculos encontrados, para liberar la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles a lo largo y ancho del territorio nacional.

En este tenor, se optó por orientar el esfuerzo de investigación aplicada, hacia la solución de estas restricciones que afectan frontalmente el desarrollo de los municipios, de los estados y de las regiones del país. Con esta línea de investigación, se encaminaron los trabajos y recomendaciones, a recuperar el concepto de competitividad.

¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.
- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.
- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.
- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apega a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.
- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo qué estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.
- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.
- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.
- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.
- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.
- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.
- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.
- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.
- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.
- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se acerquen a conocer las problemáticas locales, pero más importante aún, son las iniciativas para corregir y actuar en la solución de los problemas que aquejan a nuestros destinos, desde los más generales, hasta los más puntuales y detallados.

Con este propósito se presentan estos ejercicios, con la confianza de que millones de personas que trabajan diariamente en y por el turismo, encuentren rutas para cristalizar el sueño de un mejor turismo que beneficie a todos.

CONTENIDO

PRÓLOGO	1
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
DIAGNÓSTICO.....	17
1. PERFIL SOCIOECONÓMICO	17
1.1. Bienestar y calidad de vida	18
1.1.1. Percepción ciudadana sobre la calidad de vida	19
1.2. Dinámica económica	21
1.3. Fragmentación socio-espacial	21
2. RECURSOS NATURALES Y CULTURALES	22
2.1. Identificación del potencial de los recursos turísticos	23
2.1.1. Patrimonio natural	24
2.2. Diversificación de la oferta turística	24
2.2.1. Turismo Alternativo.....	24
2.2.2. Vallarta, destino <i>gay-friendly</i>	25
2.2.3. Turismo gastronómico	26
2.3. Recursos y atractivos turísticos en el entorno.....	26
2.3.1. San Sebastián del Oeste	27
2.3.2. Mascota, Joya de la Sierra	28
2.3.3. San Andrés Cohamiata.....	29
3. OFERTA DE HOSPEDAJE.....	30
3.1. Servicios de alojamiento.....	30
3.1.1. Estancia promedio.....	31
3.1.2. Perspectivas del sector hotelero.....	32
4. OFERTA COMPLEMENTARIA.....	34
4.1. Servicios de alimentos y bebidas.....	34
4.2. Guías turísticos.....	35
4.3. Museos	35
4.4. Venta de artesanías.....	36

4.5.	Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta	36
5.	FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO	37
5.1.	El factor humano en el contexto nacional	37
5.1.1.	El contexto estatal	38
5.2.	Capacitación.....	41
5.3.	Certificación.....	42
5.3.1.	Distintivo M (Gestión integral de la calidad)	43
5.3.2.	Distintivo H	45
5.3.3.	Punto limpio.....	46
6.	MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA	48
6.1.	Normatividad turística en el contexto nacional	48
6.1.1.	Normatividad turística en el contexto estatal.....	50
6.1.2.	Normatividad turística en la esfera local	50
6.2.	Gestión pública del turismo: México en el contexto internacional.....	51
6.3.	Gestión del turismo en Puerto Vallarta.....	53
6.3.1.	Gestión desde el sector público	53
6.3.2.	Sector privado	56
6.3.3.	Iniciativas ciudadanas de promoción turística.....	57
7.	ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.....	58
7.1.	Conectividad aérea de Puerto Vallarta.....	58
7.2.	Conectividad carretera de Puerto Vallarta	60
7.3.	Oferta de transporte foráneo en Puerto Vallarta	61
7.4.	Infraestructura portuaria/marítima	62
7.4.1.	La infraestructura portuaria/marítima de Puerto Vallarta	63
7.4.2.	Vulnerabilidad de la industria de cruceros y su competitividad	65
7.5.	Movilidad urbana	67
7.5.1.	Transporte público	68
8.	INFRAESTRUCTURA BÁSICA.....	70
8.1.	Agua potable, saneamiento y tratamiento de aguas residuales	70
8.2.	Manejo de residuos sólidos	72
9.	PROTECCIÓN TERRITORIAL	75
9.1.	Dinámica territorial.....	75
9.2.	Ordenamiento territorial	75

9.3.	Componente natural	76
9.4.	Aspectos demográficos y territorio.....	77
9.5.	Imagen urbana como activo turístico	77
10.	PROTECCIÓN AMBIENTAL Y PAISAJE	79
10.1.	Patrimonio natural y su incorporación al turismo.....	79
10.1.1.	Esterro “El Salado”	79
10.1.2.	Parque Nacional Marino “Los Arcos”	80
10.1.3.	La montaña de Puerto Vallarta.....	80
10.1.4.	Aprovechamiento del patrimonio natural como activo turístico	80
10.2.	Cuerpos y corrientes de agua en Puerto Vallarta.....	81
10.3.	Playas.....	81
10.3.1.	Playas limpias	82
10.4.	La incorporación del paisaje como activo turístico	84
11.	MERCADO TURÍSTICO.....	87
11.1	El mercado turístico de México	87
11.2.	Comportamiento de la demanda en el contexto estatal	88
11.3.	Mercados de turismo de Puerto Vallarta	90
11.3.1.	El mercado de Estados Unidos	90
11.3.2.	Visitantes procedentes de Canadá.....	92
11.3.3.	Mercado europeo.....	92
11.3.4.	Mercado sudamericano.....	93
11.3.5.	Mercado nacional.....	94
11.4.	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan.....	96
12.	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	99
12.1.	Promoción turística en el contexto nacional	99
12.2.	Estrategia de promoción turística en Jalisco	100
12.3.	Promoción turística de Puerto Vallarta.....	101
12.3.1.	Alcance de las campañas y medios de promoción	104
12.4.	Comercialización del destino Puerto Vallarta	107
12.4.1.	Participación de las DMC's en la comercialización del destino.....	107
13.	TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO	109
13.1.	Las TIC's en México y su contexto global	109
13.2.	Las TIC's y la competitividad turística	111

13.3. Retos de la aplicación de las TIC's en la actividad turística	112
13.4. Principales aplicaciones de las TIC's en el turismo.....	113
13.4.1. Aplicaciones móviles	113
13.4.2. Fuentes de información geográfica	114
13.4.3. Códigos QR	115
13.5. Aplicación de TIC's en la actividad turística de Puerto Vallarta.....	115
13.5.1. Sitios web	115
13.5.2. Módulos de Información al Turista	116
13.5.3. Aplicaciones móviles del destino.....	116
13.5.4. Códigos QR	117
14. SEGURIDAD EN EL DESTINO.....	118
14.1. Seguridad pública en Jalisco	118
14.1.1. Delitos del fuero común.....	119
14.1.2. Delitos de alto impacto social.....	121
14.2. Seguridad por regiones	121
14.3. Seguridad en Puerto Vallarta.....	123
14.3.1. Inseguridad y afectación al turismo	124
14.3.2. Incidencia delictiva	125
14.3.3. Delitos sexuales	126
14.4. Perspectivas de seguridad.....	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	129

PRÓLOGO

Este Segundo informe del proyecto de investigación: «Agendas de Competitividad de los destinos turísticos: Puerto Vallarta», es presentado por el equipo de académicos de la Universidad de Guadalajara a la consideración de la Secretaría de Turismo del gobierno federal y de la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco, tal como se indica en el documento «Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México» (SECTUR, 2013).

El documento de referencia pretende conformar una agenda pública para los gobiernos federal, estatal y municipales, así como un proyecto indicativo para la iniciativa privada con la finalidad de crear nuevos productos y atracciones que permitan no sólo atraer una mayor cantidad de turistas e inversiones, sino también generar más derrama económica y divisas, con el consecuente impacto económico. El reto del estudio de referencia se basa en detectar potencialidades, es decir, “encontrar pistas” para que los tres destinos jaliscienses analizados sean más competitivos en los mercados de viajeros nacionales y extranjeros. Para ello, se identifican estrategias, proyectos y acciones viables que incorporen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) y que aprovechen turísticamente los recursos naturales y culturales para que, al mismo tiempo, se conserven de forma sustentable. Sin embargo, lo más importante es que el turismo ayude a mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales. En otras palabras: esta actividad relacionada con los viajes ha de representar una buena oportunidad para contribuir al desarrollo local de los destinos.

México es la economía número 14 del mundo, con más de 110 millones de habitantes y con una gran riqueza natural y cultural. No obstante, las perspectivas de su economía no son muy halagüeñas, tomando en cuenta la desaceleración del crecimiento en los Estados Unidos de América del 2.2% en 2012 y el estimado 1.8% para este país en 2013. Sin duda, la complejidad del escenario económico internacional incide necesariamente en el comportamiento del turismo en México; así, durante el año 2012 se observa -como se anticipaba- una caída en el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales, principal indicador de la evolución del fenómeno turístico (CNET y Universidad Anáhuac, 2012). Cabe señalar, en este punto, que casi el 75 por ciento del turismo extranjero que arriba a México, procede de la nación vecina del Norte.

Es evidente que la actividad turística en México, durante los últimos años, no ha transitado como se esperaba debido a múltiples problemas, entre los que destacan: la violencia e inseguridad que atraviesa el país, la poca atracción de

nuestros destinos y productos turísticos, la ineficiente infraestructura carretera y el inexistente sistema ferroviario de pasajeros, por nombrar algunos factores. Es difícil pensar en ser líderes en el turismo nacional y mundial sin que se modernice tanto este tipo de obras como la estructura turística, pero también sin que se satisfaga la necesidad de mayores y mejores servicios públicos, sobre todo en materia de transporte público.

En el caso de Puerto Vallarta, es fundamental continuar promoviéndolo como un destino de turismo de sol y playa, pero también pensar en ofrecer otras opciones de visita (como el turismo de reuniones, el turismo salud, el turismo alternativo, por nombrar algunas modalidades), para captar una demanda diversificada, desestacionalizada y multimotivacional. Asimismo, en virtud de la inversión tan cuantiosa que se destinó a la creación de un centro de convenciones, con infraestructura de primer nivel, es importante aprovechar estas instalaciones para impulsar el también llamado turismo de congresos y exposiciones.

Indiscutiblemente que este destino jalisciense tiene mucho que ofrecer: excelente clima, montaña, pueblo típico y arquitectura tradicional, variedad gastronómica, entre otras atracciones. Sin embargo y pese a que estos recursos naturales y culturales son lo que lo singulariza en los mercados nacionales y extranjeros, no hay duda, que lo que se requiere es dotar de nuevos y auténticos productos turísticos de talla mundial.

Por otro lado, en lo referente al proceso metodológico, el estudio tuvo como punto de partida la extensa búsqueda de información para cada uno de los destinos objeto de estudio, que diera contenido a los nueve factores que se enumeran a continuación:

1. Oferta turística.
2. Democratización de la actividad turística.
3. Sustentabilidad turística.
4. Formación y certificación.
5. Accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios).
6. Seguridad patrimonial y física.
7. Promoción y comercialización.
8. Gestión del destino.
9. TIC's e información al turista.

En el análisis de algunos de estos factores se utilizó el *enfoque comparativo*, para lo cual se llevó a cabo la evaluación de la situación concreta con el propósito de

advertir las mejoras necesarias, tomando en cuenta lo existente en otras partes de México y de otros países. Una vez que se diagnosticó la situación de cada factor y se explicó qué es lo que está pasando con la competitividad turística de cada uno de los tres destinos jaliscienses, se integró la información en el Índice de Contenido sugerido para las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT).

La investigación documental se sustentó en la revisión de artículos académicos, datos y publicaciones oficiales, entre otros. El trabajo de campo, por su parte, se dividió en varias etapas: en un primer momento, se hizo una investigación exploratoria mediante la observación del estado actual que presentan los recursos naturales y culturales, los atractivos y los servicios turísticos, así como la infraestructura de la que dispone cada destino. Simultáneamente, se contactó de manera informal con personas relacionadas con los distintos ámbitos de interés, que tuvieran los conocimientos y disponibilidad necesarios para cooperar con el estudio de referencia.

Posteriormente, se aplicaron una serie de entrevistas a informantes clave, tanto de forma personalizada como en las distintas sesiones de *focus group*. Estas entrevistas se hicieron a numerosos actores directa o indirectamente relacionados con el turismo, con el propósito principal de conocer tanto opiniones sobre los problemas de la competitividad turística existentes en cada destino, como propuestas e ideas para que Guadalajara, Puerto Vallarta y San Juan de Los Lagos sean un referente turístico a nivel nacional e internacional. Finalmente, la última etapa metodológica consistió en la aplicación de una encuesta orientada a los prestadores de servicios turísticos de los tres destinos.

En resumen, el diagnóstico situacional de Puerto Vallarta, que se incluye en las ACDT, se encuentra estructurado en 14 capítulos.

El primero de ellos presenta la situación actual de determinados factores socioeconómicos de Puerto Vallarta. En el segundo, se identifica y analiza el potencial de los recursos turísticos de la zona de análisis; un aspecto clave aquí es qué se tiene que hacer para adaptar, mejorar o crear nuevos productos turísticos que cubran las necesidades de los turistas reales y potenciales. Tanto en el tercero como en el cuarto apartado se describe y evalúa la oferta de servicios turísticos del destino.

La quinta parte, relativa al factor humano, analiza el perfil y formación del prestador de servicios, así como otros temas relacionados con la

profesionalización y capacitación en el sector turístico de México. Paradójicamente, aun cuando el número de instituciones públicas y privadas de educación superior en el ramo es suficiente para satisfacer las necesidades de recursos humanos que demanda esta actividad en Puerto Vallarta, los centros educativos, por lo general, no logran proporcionar entre sus profesionistas una formación lo suficientemente creativa, innovadora y estratégica que exige la fuerte competencia turística nacional e internacional. Por tanto, una propuesta sería constituir un consorcio que permitiera que un centro de investigación y uno o varios grupos empresariales pudieran sumar fuerzas y desarrollaran estudios e iniciativas que generasen productos turísticos que tengan valor agregado en los mercados nacional y mundial.

En el sexto apartado, relativo al marco institucional y la gestión turística, se revela la necesidad de un verdadero cambio en la gobernanza del sector turismo, en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, que no sólo se responsabilice de las acciones de promoción y comercialización del destino, sino también se aboque a gestionar tanto nuevos productos y atracciones turísticas como infraestructura de apoyo al sector. En el caso del turismo en Puerto Vallarta, no existe la visión metropolitana como ámbito de decisión y gestión conjunta. Ante el crecimiento del área conurbada, la competitividad del destino dependerá de la creación de mecanismos que garanticen su gobernabilidad, tales como un organismo intermunicipal o una comisión metropolitana para regular la actividad turística y sugerir propuestas de actuación comunes e implantar un modelo de turismo basado en la experiencia, donde el visitante sea atraído por la amplia oferta de actividades.

En el séptimo punto, denominado accesibilidad y movilidad, se reflexiona de forma estratégica acerca de la infraestructura de México en un contexto global y bajo el proceso del *benchmarking*. Se hace un examen crítico de la infraestructura aeroportuaria y carretera del estado de Jalisco y de Puerto Vallarta en particular, así como de su sistema de transporte y de movilidad. La octava parte trata sobre la infraestructura básica con la que cuenta el municipio de Puerto Vallarta. En el noveno punto se estudia la protección del territorio y se complementa con el décimo, denominado protección del medio ambiente y el paisaje, en el que se presentan las carencias en el aprovechamiento sustentable del patrimonio natural y su incorporación al turismo.

En relación al undécimo punto, se investiga sobre los mercados turísticos de México, del estado de Jalisco y de Puerto Vallarta. Así mismo, en el doceavo apartado se aborda la promoción y comercialización turística y estrategias que al respecto se siguen en este destino de sol y playa.

En la décimo tercer parte, se analiza el papel de las TIC's en México en un ambiente global y bajo el proceso también del *benchmarking*, así como la aplicación de estas tecnologías en la actividad turística. Es innegable que los esfuerzos de Puerto Vallarta en este campo aún son insuficientes. En este punto, se pone de manifiesto el desconocimiento existente sobre las nuevas formas de comunicación, las nuevas tecnologías y los nuevos sistemas de información más empleados por los turistas para ubicar y visitar lugares, identificar los costos de los servicios, consultar el estado del tiempo, conocer las actividades que pueden realizar, entre otros aspectos. Para el desarrollo de nuevos productos turísticos es vital el saber cómo actúan y se comportan los viajeros en determinadas situaciones.

Por último, en el décimo cuarto apartado se examina la seguridad de Puerto Vallarta, haciendo hincapié en que, pese a los graves problemas existentes al respecto en la actualidad, México sigue siendo un país confiable para los inversionistas. De hecho, numerosas compañías, sobre todo hoteleras, continúan inyectando capitales a la economía de este destino. Sin embargo, la inseguridad ciertamente sigue siendo un gran obstáculo para la competitividad turística del país y, por ende, también de Puerto Vallarta. Esto es un factor externo que el sector turismo no puede cambiar; de ahí que se recoja la necesidad de desarrollar una buena estrategia de comunicación que mejore la imagen del destino.

Por otro lado, conviene aclarar tres cuestiones fundamentales: primera, que no se conciben las ACDT desde una perspectiva exclusivamente turística, sino que se amplía a los aspectos territoriales, ambientales, económicos, sociales, culturales, normativos y urbanos de cada destino.

Segunda, consideramos que una de las razones o cualidades más importantes que hace que un destino sea elegido por encima de los demás es que sea más atractivo para la demanda en parangón con sus competidores. En coincidencia con el documento citado de las ACDT, las variables más significativas que determinan la decisión de compra de un destino por parte del turista son diversas, tales como: el precio de los bienes y servicios turísticos, las tarifas y la conectividad de los transportes aéreo y terrestre, el posicionamiento del destino en cuanto a las TIC's, la variedad o suficiencia de productos turísticos con valor

agregado, las calidad y diversidad de la oferta de hospedaje, alimentación y esparcimiento, el cuidado ambiental de playas, ríos, lagunas y ANP, el ordenamiento ecológico, la diversificación de los mercados, el alcance de las campañas publicitarias y medios de promoción, el uso de las marcas *Pueblo Mágico* o *Ciudad Patrimonial*, la existencia de agencias mayoristas que promocionen y comercialicen el destino, el marco regulatorio estatal y municipal, la coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios, así como la percepción de los viajeros sobre problemas como el comercio ambulante y la inseguridad, etcétera.

La tercera cuestión a clarificar con este estudio es la delimitación de los competidores turísticos de Puerto Vallarta. En el contexto nacional, es inequívoco que este centro vacacional jalisciense tiene que equipararse con los destinos de playa más sobresalientes del país, como Cancún y Los Cabos; mientras que en el ámbito internacional debe compararse, por qué no, con aquellos lugares reconocidos por su atracción turística de sol y playa, como Río de Janeiro en Brasil e Islas Canarias en España, y hasta, Miami en Estados Unidos de América, por citar algunos.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación sobre la competitividad turística de Puerto Vallarta, es presentada por el equipo de académicos de la Universidad de Guadalajara a la consideración de la Secretaría de Turismo del gobierno federal (SECTUR) y de la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco (SECTURJAL), de acuerdo con las directrices establecidas en las “Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México”.

El documento pretende conformar una agenda pública para los gobiernos federal, estatal y municipal, así como una relación de proyectos en los que sea partícipe la iniciativa privada. En estos se presentan nuevos y variados productos turísticos que permitirán no sólo atraer una mayor cantidad de turistas e inversiones, sino también generar más derrama económica y divisas, con el consecuente impacto social y económico. El reto del estudio se basa en detectar potencialidades, en encontrar pistas para que los destinos jaliscienses sean más competitivos en los mercados de viajeros nacionales e internacionales. Para ello, se identifican estrategias, proyectos y acciones viables que buscan darle valor turístico a los recursos naturales y culturales, aprovechándolos de forma sustentable. Pero, lo más importante, es que se pretende que el desarrollo del turismo contribuya a mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales.

En un país cuya tasa estimada de crecimiento económico para el año 2013 apenas se situará entre 0.9 y 1.4% (según los pronósticos más recientes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México), las estrategias y políticas deberán orientarse a estimular la inversión, la actividad productiva y el empleo. Por tal motivo, la dotación de infraestructura económica y equipamiento urbano ha de representar una buena oportunidad para detonar el turismo en Puerto Vallarta, mediante la creación y diversificación de productos y atracciones turísticas que promuevan la competitividad de la llamada industria de los viajes y la hospitalidad.

En resumen, el diagnóstico de competitividad turística del destino Puerto Vallarta se fundamenta en 14 apartados, los cuales se analizan de manera general en los siguientes puntos:

RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

El destino de Puerto Vallarta presenta una importante cantidad de atractivos basados principalmente en recursos naturales. Además de sus playas, Puerto Vallarta cuenta con otros espacios naturales, así como una enorme área verde de manglar y marismas en plena zona urbana. Lamentablemente, se han observado carencias en la aplicación de planes, programas y normatividad en la conservación y aprovechamiento sustentable de las zonas naturales del municipio, lo que pone en riesgo su preservación y desarrollo sustentable. La mayoría de estos recursos están escasamente integrados en la oferta de ocio de la zona, por lo que suponen un gran potencial turístico por aprovechar.

Puerto Vallarta está próximo a otros sitios turísticos de la región como son: San Sebastián del Oeste, Talpa de Allende, Mascota y El Tuito; así como la Sierra Wixárika (en la zona Huichol), las Islas Marietas y las numerosas playas de la Bahía de Banderas. Sin embargo, existe una cierta desarticulación del destino con respecto a los municipios vecinos, siendo escasa la colaboración entre ellos en cuanto a la creación de productos turísticos de comercialización conjunta.

En cuanto a los recursos culturales, existen cuatro museos en la localidad que resguardan diversas obras para la conservación de la historia de algunos lugares específicos de Puerto Vallarta: el Museo Histórico Naval de Puerto Vallarta; el Museo de la Isla de Río Cuale; el Museo Regional de Antropología y la Galería-Museo Manuel Lepe. Además de la oferta de museos, existe un patrimonio cultural e histórico que es preciso poner en valor (p. ej.: las edificaciones del arquitecto Freddy Romero).

OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con 284 unidades económicas de hospedaje, entre los que se encuentran: albergues, *bungalows*, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, moteles, villas, posadas, pensiones y *trailer park*. La oferta de habitaciones (11,770 en el 2012) está dominada por las categorías de Gran Turismo, Cinco y Cuatro estrellas, que concentran el 78% de la oferta de hospedaje con 9,176 unidades. Del total de las empresas que ofrecen servicios de hospedaje, la mayoría son establecimientos sin categoría (60%). Existe también una gran oferta de condominios (8,905 unidades), actividad escasamente controlada y regulada, y que afecta negativamente a la ocupación hotelera de la región.

Está prevista una inversión de alrededor de 110 millones de dólares para ampliar la oferta hotelera de la zona en los próximos años, principalmente en

establecimientos *business class*; sin embargo, la mayoría de los propietarios son empresas extranjeras y se suele producir una fuga de recursos económicos, con escaso impacto en los ingresos locales. En este sentido, no existen suficientes programas para incentivar su reinversión ni para atraer nuevas inversiones.

El municipio cuenta con 1,647 establecimientos de servicios de alimentos y bebidas, y posee una amplia variedad gastronómica, tanto en la zona urbana como en la zona hotelera, donde se ofrecen platillos típicos de la región, alta cocina mexicana y hasta comida internacional. Uno de los eventos más importantes relacionados con el turismo gastronómico es la celebración del Festival Gourmet Internacional en el mes de Noviembre, aunque podría hacerse mucho más en esta línea.

A pesar de que Puerto Vallarta cuenta con una importante oferta de servicios turísticos, muchas de las instalaciones existentes se han vuelto obsoletas y no están a la vanguardia de las nuevas demandas y necesidades del cliente. Serían necesarias mayores inversiones para la remodelación de la oferta acorde a las nuevas exigencias y tendencias del mercado, lo anterior con el fin de mejorar la calidad de la visita de los turistas y asegurar la competitividad.

Otro fenómeno que afecta de manera negativa al destino es la acusada estacionalidad de la afluencia de turistas en las temporadas altas.

PERFIL SOCIOECONÓMICO

Puerto Vallarta, como destino turístico a nivel nacional, se ubica entre los tres primeros lugares en términos de recepción de visitantes, lo que explica que el turismo sea la base de la economía local. De hecho, existe una excesiva concentración de la actividad económica en torno al turismo, puesto que cerca del 80% de los empleos de Puerto Vallarta se relacionan con actividades vinculadas al mismo. Su economía altamente dependiente de la actividad turística la hace muy vulnerable a las posibles contingencias del sector.

Este es probablemente el motivo por el cual se ha producido un desarrollo regional irregular, con una alta concentración productiva en la región dominante (Puerto Vallarta y Bahía de Banderas), adquiriendo una ventaja de localización sobre las demás poblaciones, lo que ha intensificado las desigualdades regionales y la polarización entre la población. De hecho, existe una fragmentación de la ciudad en dos partes: la primera es la integrada a la dinámica del turismo y la segunda es la periferia marginada, carente de dinamismo económico y conformada por áreas deprimidas, en predios irregulares con falta de servicios básicos municipales, tales como agua, luz y drenaje.

En cuanto a la calidad de vida de sus habitantes, pese a que los indicadores de bienestar del Índice de Desarrollo Humano (IDH) indican un rango *muy alto*, dichos indicadores describen valores promedio sin atender a las cuestiones de dispersión y distribución de los mismos. Estos valores contrastan con la percepción de la población local, quien afirma que su calidad de vida no es tan alta, y destacan numerosas deficiencias.

FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

En este apartado se analiza el perfil y la formación del prestador de servicios turísticos, así como temas relacionados con la profesionalización y capacitación de las personas que laboran en el sector turístico. En este sentido, pese a que en Puerto Vallarta hay tres centros universitarios que ofrecen la carrera de turismo a nivel superior y cinco a nivel medio superior, aún existe una acusada falta de profesionalización en los recursos humanos del sector. De hecho, más del 90% de la población ocupada en turismo no ha recibido una capacitación formal.

En cualquier caso, el empleo en el sector turístico se caracteriza por tener una baja remuneración y por su temporalidad, además de la escasa mano de obra cualificada, en muchos casos. Lo anterior tiene repercusiones en la percepción de calidad del servicio en el destino que se lleva el cliente.

Pese a la amplia oferta de empresas de hospedaje y de alimentos y bebidas, son pocas las que cuentan con algún tipo de certificación de la calidad: solamente 11 ostentan el *distintivo M*; 103 el *distintivo H* (un 11% de los establecimientos) y 30 tienen el sello *Punto Limpio*. Esto puede explicarse por la falta de incentivos para obtener dicha certificación, e incluso por el desconocimiento de las ventajas de la misma en cuanto al desempeño y la competitividad empresarial.

MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

En el caso del turismo en Puerto Vallarta, no existe una gestión conjunta, ni se aprecian sólidos planes estratégicos operativos a corto, medio y largo plazo por parte de las autoridades del sector turístico. Se revela, por tanto, la necesidad de un verdadero cambio en la gobernanza del sector turismo, en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, que no sólo se responsabilice de las acciones de promoción y comercialización del destino, sino que también se aboque a gestionar tanto nuevos productos y atracciones turísticas como infraestructura de apoyo al sector.

Además, se destina un bajo presupuesto al turismo tanto a nivel estatal como federal (menos del 1% en ambos casos), y tal vez sería necesaria una revisión de la gestión del mismo, puesto que, por ejemplo, gran parte del presupuesto asignado a este rubro en Puerto Vallarta en 2012 (el 66%) se empleó para la realización del evento de fin de año. Sorprende que sólo un 4% del presupuesto de esta dependencia municipal se destine a la elaboración de mapas y guías que proporcionen referencias confiables para el turista.

El sector privado por su parte, no logra generar un amplio consenso asociativo para mejorar la competitividad turística del destino. La Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas agrupan solamente a 35 empresas de alojamiento temporal de todas las categorías; apenas representando el 12% de la totalidad de establecimientos de hospedaje de la zona.

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

En este apartado se reflexiona de forma estratégica y crítica acerca de la infraestructura aeroportuaria, portuaria y carretera, así como del sistema de transporte urbano y movilidad de Puerto Vallarta.

En cuanto a la infraestructura terrestre puede considerarse satisfactoria en términos generales, siendo importante la pronta finalización de la autopista Jalisco-Puerto Vallarta, en la que se planea la construcción de dos nuevos carriles a lo largo de 35 kilómetros, lo que reduciría el tiempo de recorrido de Guadalajara a Puerto Vallarta a 2 horas y 30 minutos. Algunas de sus vías de acceso, como la carretera Mascota-Las Palmas-Puerto Vallarta presentan constantes derrumbes durante el período de lluvias. Sería necesario, sin embargo, mejorar la conectividad vial de Puerto Vallarta con los principales mercados nacionales emisores de visitantes.

Puerto Vallarta cuenta con dos terminales de transporte foráneo: la Terminal de Autobuses de Puerto Vallarta y la Terminal Vallarta Plus, con equipamientos obsoletos y muy básicos (carece de letreros informativos en inglés, por ejemplo), susceptibles de cambio.

El Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta, “Presidente Gustavo Díaz Ordaz”, ocupa el sexto lugar nacional en cuanto a número de pasajeros. Para este mismo lapso, Puerto Vallarta se situó en el quinto lugar nacional en cuanto a aterrizajes y despegues. En cuanto a oferta semanal de número asientos, Puerto Vallarta ocupa la séptima posición a nivel nacional con 7,140 asientos domésticos y 23,000 asientos internacionales; y el tercer lugar respecto de los destinos de playa, por detrás de Cancún y Los Cabos. Es un aeropuerto con una infraestructura bastante

básica que ha visto mermado el número de vuelos y ciudades con conexión directa en los últimos años.

En cuanto a la infraestructura portuaria y marítima, Puerto Vallarta tiene una terminal para cruceros con una superficie de 106 mil kilómetros cuadrados, con capacidad de atraque simultáneo de tres barcos. En el 2010 fueron reportados un total de 229 arribos de cruceros a Vallarta, y en el 2011 se ubicó en el tercer lugar en movimiento marítimo de pasajeros de crucero a nivel nacional. De estos, la empresa naviera que más visitas realizó al puerto fue *Royal Caribbean*, con el barco *Mariner of the Seas*, que tiene una capacidad para 3,138 pasajeros; el cual llegó 55 veces en ese año. El municipio tiene también una marina turística con capacidad para 353 posiciones y un centro marino (astillero) con capacidad para más de 700 embarcaciones.

En lo que respecta al transporte público urbano, hay saturación de rutas en algunas zonas y cruceros de la ciudad, mientras que en la periferia existe un déficit de cobertura; por ejemplo, en el centro histórico convergen 32 rutas, lo que representa más del 66% de las rutas que integran la red. Además, la población local se muestra inconforme con este servicio en cuanto a carencia de horarios fijos, tarifas altas, mal estado de las unidades y trato descortés por parte de algunos operadores.

TERRITORIO Y SUSTENTABILIDAD

En este tema relacionado con el territorio y sustentabilidad, se observa el fuerte crecimiento urbano caótico y desordenado, fruto de anomalías en la ejecución de ciertos proyectos; además de la ruptura de la armonía en la arquitectura tradicional por numerosos procesos de urbanización descontrolados, que amenazan la sustentabilidad en ciertos parajes naturales.

En cuanto a la infraestructura para el manejo de residuos sólidos y la educación ambiental del municipio aún queda mucho por hacer. Existe en Puerto Vallarta un deficiente manejo integral de desechos sólidos municipales, debido a la falta de inspección por parte del Ayuntamiento a la empresa concesionaria, que no lleva a cabo correctamente el plan de separación de basura, el cual parece inexistente. La producción per cápita de basura es más de un kilogramo al día, y solamente se cuenta con una planta de 18 camiones recolectores de basura en zonas habitacionales, y sólo un sitio de disposición final de residuos sólidos. El municipio debe subcontratar servicios de recolección para empresas y giros turísticos como hoteles y restaurantes. Todo lo anterior genera un consiguiente deterioro del

medio ambiente y la generación de contaminantes al aire, suelo y agua, al no brindar el tratamiento adecuado a los desechos sólidos.

Se aprecia también un deterioro de los balnearios de agua dulce ya existentes. La cobertura en el sistema de tratamiento de aguas residuales es muy baja y deficiente, y gran cantidad de las aguas residuales llegan a cuerpos de agua sin ningún tratamiento, contaminándolos y creando focos de infección y malos olores. El municipio de Puerto Vallarta no cuenta con un sistema que cubra al 100% el tratamiento de aguas residuales, mediante redes de drenaje y plantas tratadoras de aguas residuales. También existe falta de obligatoriedad en cuanto a los lineamientos estipulados en las normas ambientales y certificaciones derivadas de ello. Las empresas turísticas tampoco brindan servicios ni cuentan con infraestructura apegados a normas de cuidado ambiental.

MERCADO TURÍSTICO

Puerto Vallarta es un destino de sol y playa maduro que ha experimentado un gran declive en los últimos años, en relación a la afluencia de visitantes y la derrama económica de los mismos. A pesar de ser uno de los principales centros turísticos de playa del país, actualmente se encuentra en una etapa crítica por la excesiva dependencia del turismo procedente de Estados Unidos y Canadá y la pérdida de competitividad frente a otros destinos nacionales e internacionales. Ello se debe, entre otros motivos, a la excesiva especialización en el producto de sol y playa, y a la falta de diversificación y segmentación de su oferta, además del surgimiento de destinos competidores próximos como Nuevo Vallarta, en el estado de Nayarit.

Por lo anterior, la economía vallartense se ve afectada ante contingencias ocurridas en los países vecinos del Norte, como la crisis económica norteamericana, o las alertas de seguridad emitidas en el país vecino en cuanto al peligro de viajar a México. Son muy escasas o inexistentes las campañas de comercialización en mercados emisores emergentes como Asia, Sudamérica y Europa.

La estancia media del turista en Puerto Vallarta es de 4.5 noches: 3.6 noches en el caso del turismo nacional y 5.9 noches de promedio en el caso del turismo extranjero. En tiempos recientes se ha producido una significativa baja tanto en la ocupación hotelera como en el gasto promedio del turista, lo que ha conducido al abaratamiento de los precios de esta actividad, a costa de la calidad de su oferta, en algunos casos.

También se aprecian cambios en el tipo de cliente que visita Puerto Vallarta, siendo éste, hoy en día, de un perfil socioeconómico más bajo, con menor poder

adquisitivo con respecto al que anteriormente llegaba. En la actualidad se han llevado a cabo campañas orientadas a la captación del segmento homosexual, como la *International Expo & Business LGBT Puerto Vallarta 2011*, o la *Primera Marcha del Orgullo Gay*, celebrada en este 2013; por lo que empieza a reconocerse Puerto Vallarta como un destino *gay-friendly* a nivel internacional.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

En lo referente a la promoción y comercialización del destino, no existe un fortalecimiento de la marca turística Puerto Vallarta como única, sino que suele venderse a nivel de conjunto, a nivel de estado de Jalisco. En este sentido, el presupuesto asignado es muy reducido para lograr un posicionamiento de la marca a nivel nacional e internacional; lo cual está aunado al desfase en los esfuerzos publicitarios, porque suelen limitarse a Norteamérica y en temporadas en los que los visitantes potenciales ya tomaron su decisión de viaje. La frecuencia de publicación y selección de medios es también cuestionable en cuanto a su pertinencia y efectividad. No se aprecian resultados exitosos de las campañas de promoción y tampoco existen instrumentos de medición del impacto de éstas.

TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

En relación a las TIC's, no se está utilizando todo el potencial de las nuevas tecnologías para dar a conocer el destino y aprovechar los recursos que las nuevas formas de comunicación ofrecen. Se han llevado a cabo proyectos muy básicos en esta línea, como los códigos QR en las estatuas del malecón, y algunas campañas en redes sociales locales, pero aún queda mucho por hacer en este campo.

SEGURIDAD

La escasa remuneración, el desempleo, la desigualdad social y la marginación de la zona han dado lugar a un incremento de violencia y la criminalidad en Puerto Vallarta. La consiguiente pérdida de seguridad ha supuesto un impacto negativo en la imagen del destino, resintiéndose los turistas, sobre todo extranjeros, a viajar a este destino, dada la incidencia delictiva, especialmente en cuanto a delitos del fuero común: homicidios dolosos y robos de todo tipo. Existe también un mercado negro de tráfico de armas y drogas relacionado con el crimen organizado. Esto pone de manifiesto la necesidad de una actuación más contundente en distintos ámbitos y la imperiosidad de acciones preventivas más eficaces.

Finalmente, se presenta un resumen del portafolio de proyectos de inversión para el destino en estudio.

PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIORITARIOS PARA PUERTO VALLARTA

El diagnóstico situacional sobre la competitividad turística de Puerto Vallarta, se complementa con una cartera de proyectos prioritarios, para algunos resulta muy ambiciosa porque requiere de cuantiosas inversiones para la rehabilitación de su Centro Histórico, en especial para la remodelación de fachadas, la introducción de nuevo equipamiento urbano, la recuperación de espacios desordenados y desvalorizados (como la calle Juárez-Colombia), la habilitación de calles para el peatón, un cambio en el modelo de transporte público desde el centro de la ciudad a la zona turística, que haga frente al cada vez más caótico tráfico vehicular, la implantación de nuevas atracciones turísticas de gran singularidad y prestigio, la implementación de actividades de ocio donde la autenticidad y la diversificación del producto turístico sea el principio fundamental.

En términos generales, la propuesta consiste en establecer un Fondo de Inversión de Fomento al Turismo para Puerto Vallarta, orientado principalmente a rehabilitar y rescatar espacios físicos de potencial interés turístico, cuyo capital será cuatripartita y estará destinado a apoyar la generación de nuevos productos de alto impacto turístico y social, el fortalecimiento de la economía local, así como la promoción de la convivencia ciudadana en espacios públicos renovados. En otras palabras, por cada peso que invierta la SECTUR, otro peso será destinado por la SECTURJAL, otro por el gobierno municipal y otro por los particulares beneficiados con las obras y servicios. Es innegable que este fondo permitiría aumentar la inversión en el sector turístico, así como reactivar las economías locales y la generación de empleos formales. Conviene no olvidar que el Centro Histórico de Puerto Vallarta se ha visto deteriorado, principalmente por el cambio de uso de suelo.

La idea fundamental es que el gobierno de Jalisco presupueste la cantidad de 100 millones de pesos cada año, mismos que en un lustro generarían un total de 2,000 millones de pesos, tomando en cuenta que será en cuatro partes. En este sentido, este fondo sería la inversión en fomento turístico más cuantiosa que la SECTURJAL haya captado para este destino de playa jalisciense, durante una administración gubernamental.

Así pues, los proyectos de alto impacto turístico que se incluyen en el estudio en cuestión son los siguientes:

1. Teleférico “Vallarta”
2. Rehabilitación Integral del Centro Histórico
3. Transporte Troncal de Calidad Turística
4. Corredor Eco Turístico Cabo Corrientes
5. Transformación del Barrio “Gringo Gulch”
6. Parque Ecológico “El Salado”
7. Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas
8. Plaza del Mar
9. Museo Arqueológico Natural “Isla Cuale”
10. Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas
11. Rehabilitación del Blvd. Francisco Medina Ascencio

Sin duda, este portafolio de proyectos aterrizaría en oportunidades reales de inversión pública (sea federal, estatal o municipal) y privada, cercana a la mencionada cantidad que atraería el fondo en un periodo de cinco años. No obstante, existen riesgos políticos asociados a algunos proyectos, como la *Rehabilitación Integral del Centro Histórico*, el *Transporte Troncal de Calidad Turística* y la *Rehabilitación del Boulevard Francisco Medina Ascencio*, por lo que se recomienda que en ellos se establezcan acciones dirigidas a socializarlos, esto es, que mediante el diálogo se construyan acuerdos entre los actores sociales involucrados.

Así mismo, cabe recordar que la revitalización de la Ría de Bilbao, asociado al ícono del Museo Guggenheim, y el desarrollo de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias en Valencia (ambos en España), son dos experiencias exitosas de cómo proyectos de naturaleza turística-urbanística hacen que los destinos eleven su competitividad en el mercado mundial de viajeros, además de generar un impacto socioeconómico positivo.

DIAGNÓSTICO

1. PERFIL SOCIOECONÓMICO

Puerto Vallarta ha experimentado un significativo crecimiento demográfico durante los últimos años, alcanzando una población de 256 mil habitantes en el año 2010 (INEGI, 2010). Su extensión territorial, de más de mil kilómetros cuadrados, le permite tener abundantes recursos naturales y una densidad poblacional baja, aunque ciertamente su población urbana está altamente concentrada en torno a la cabecera municipal. Como destino turístico a nivel nacional se ubica entre los tres primeros lugares en términos de recepción de visitantes, siendo el turismo la base de la actividad económica local.

A pesar de su riqueza natural y de las condiciones climáticas favorables para la práctica de la agricultura y la ganadería, el municipio presenta un perfil socioeconómico caracterizado por el predominio de ramas productivas vinculadas al turismo, con una incipiente actividad industrial y agropecuaria. En el año 2011, más del 80% de la población ocupada de Puerto Vallarta se desempeñaba en el sector terciario, y de este porcentaje más de la mitad trabajaba en empleos formales, considerando el total de trabajadores inscritos en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). La distribución de las empresas por sector muestra también datos contundentes, ya que de las casi 22 mil empresas registradas en el IMSS, más del 90% pertenece a los subsectores de comercio y servicios (INEGI, 2010).

En cuanto al Valor Agregado Censal Bruto (VACB), como un aproximado del PIB, la actividad derivada del turismo (concretamente el sector: *servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos*), representó para el año 2009 cerca del 30% del VACB total generado en la economía del municipio. Si se consideran los diversos encadenamientos productivos que la actividad turística genera en los sectores de servicios personales, comercio y transporte, entre otros, seguramente las ramas productivas relacionadas con el turismo explicarían más del 50% de la economía municipal (INEGI, 2009).

De igual modo, en términos de generación de empleos, los efectos de la llamada “industria sin chimeneas” de Puerto Vallarta son evidentes; ya que emplea de forma directa a más del 30% del personal ocupado en el municipio. Adicionalmente, el turismo genera de 2 a 3 empleos indirectos por cada empleo directo, con lo que el nivel de empleo derivado de esta actividad, puede rondar los 90 o 100 mil empleos en el destino de playa jalisciense. Considerando una

Población Ocupada (PO) que alcanza las 120 mil personas; dicha cifra indica que casi el 80% del empleo del municipio se relaciona con actividades vinculadas con el turismo. Un dato sobresaliente, de acuerdo con el último Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2010), es que una cantidad superior al 100% de la Población Económicamente Activa (PEA) de Puerto Vallarta se encuentra ocupada; lo que significa que este municipio es un polo de atracción y generación de empleo para otros municipios y regiones cercanas.

1.1. Bienestar y calidad de vida

Dadas sus notables condiciones socioeconómicas, Puerto Vallarta registra niveles de bienestar, en general, por encima de otros municipios del estado y muy cercanos a los niveles que registran los municipios de la ZMG. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) para el año 2005, es considerado *alto* (0.876), incluso mayor al IDH estatal (0.82) y al del resto de municipios del estado, exceptuando a Guadalajara y Zapopan. Con respecto a los componentes del IDH, Puerto Vallarta destaca muy por encima de la mayoría de municipios del estado en cuanto a: esperanza de vida al nacer, alfabetismo, salud y nivel de ingreso promedio de sus habitantes. En este último rubro, el destino de referencia sólo es superado por el municipio de Zapopan, que para el año 2005 reportó un ingreso de 16,356 dólares per cápita en paridad del poder adquisitivo (PPC), comparado con 14,987 dólares de Puerto Vallarta (PNUD, 2009).

El Índice de Desarrollo Municipal (IDM) de Puerto Vallarta refleja también factores positivos en cuanto a participación ciudadana en elecciones, transparencia en la información pública, eficiencia gubernamental, así como al indicador relativo a delitos del fuero común. En este sentido, el IDM para Puerto Vallarta es considerado como *muy alto*, sólo por debajo de Guadalajara, y muy por encima del que registran Tonalá, Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga (véase Tabla 1.1.).

TABLA 1.1. Índice de Desarrollo Municipal, Puerto Vallarta 2012	
Región	Costa Norte
Índice	71.38
Grado	Muy Alto
Lugar estatal	2

Fuente: Elaboración propia con base en datos de COEPO (2013).

Con respecto al IDM, concerniente al desarrollo económico, funcionamiento institucional, condiciones sociales y medio ambiente, Puerto Vallarta se ubica en todos esos aspectos en la categoría de *muy alto*; solamente en lo relacionado al desarrollo social y económico se encuentra por debajo de Guadalajara y Zapopan, pero sí superando al resto de municipios de la ZMG. Estos resultados ponen de manifiesto que Vallarta ofrece condiciones de hábitat y calidad de vida altas para sus pobladores, con aceptables servicios de educación, salud, funcionamiento institucional y condiciones medioambientales. Lo anterior permite afirmar que, siendo un municipio eminentemente turístico, los impactos sociales y económicos de esta actividad han sido, en lo general, muy favorables en términos de bienestar y calidad de vida para sus habitantes.

Si bien es cierto que Puerto Vallarta mantiene estándares de calidad de vida comparativamente altos con respecto al resto de municipios del estado de Jalisco, aún presenta algunos rezagos en indicadores que impactan la competitividad y el bienestar de sus habitantes. Uno de ellos es el grado de conectividad, el cual se mantiene en un nivel bajo; otro es la poca diversificación de su economía, que al estar centrada en la actividad turística incrementa su vulnerabilidad ante posibles contingencias externas, dada la fuerte dependencia existente del mercado estadounidense.

De igual relevancia son los efectos que el crecimiento urbano y los desarrollos turísticos, altamente concentrados alrededor de la Bahía de Banderas, están teniendo sobre el entorno natural, constituyéndose en una amenaza para las zonas selváticas, los humedales, la montaña y el conjunto de ecosistemas que dependen de ellos.

1.1.1. Percepción ciudadana sobre la calidad de vida

En la consulta pública realizada en el año 2010 -en el marco de la elaboración del *Plan Estatal de Desarrollo 2030*- se tomaron en cuenta los cuatro grandes conjuntos de factores que afectan las condiciones de bienestar de las personas, tales como: I) empleo y crecimiento, II) desarrollo social, III) respeto y justicia, y IV) buen gobierno. Los resultados de dicha consulta son bastante ilustrativos y sorprendentes, considerando la realidad que se describe a partir de la información estadística existente. Respecto al empleo y el crecimiento, cerca del 20% de los encuestados opina que el desempleo constituye el principal problema del municipio, seguido de la existencia de empleos mal pagados con el 16.5%, la baja competitividad con el 12.5%, la baja capacitación con el 11.6%, y la insuficiente infraestructura con el 11.5%.

Estos resultados contrastan, en cierta medida, con el escenario económico positivo que presentan otras estadísticas, y ponen en tela de juicio las bondades de la actividad turística y sus efectos sobre el bienestar. Lo anterior queda de manifiesto al analizar las opiniones relativas al desarrollo social, la población vallartense considera entre los principales cuatro problemas que más le afectan: a los deficientes servicios de salud (25.4%), al deterioro del medio ambiente (17.7%), a la pobreza, desigualdad y marginación (12.4%), así como al bajo nivel educativo (12.2%).

El ambiente institucional es otro factor que impacta al desarrollo socioeconómico de la población local y que también incide en la competitividad de un territorio, como afirman diversos organismos evaluadores, como el Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO) y el Foro Económico Mundial (*WEF*, por sus siglas en inglés). Este aspecto, también consultado en el marco de la elaboración del citado *Plan Estatal de Desarrollo 2030*, concretamente en los factores relacionados con el respeto y la justicia (punto III) y el buen gobierno (punto IV). En el primero de ellos, llama la atención el hecho de que la población percibe un entorno institucional débil, caracterizado por una deficiente prevención del delito (24.5% de las opiniones), escasos resultados en la procuración de justicia (23%), inseguridad en carreteras y caminos (12.6%) y policías y agentes sin capacitación (12.5%).

Respecto a la evaluación del gobierno destaca la percepción de una limitada participación ciudadana -uno de los rasgos que mejor caracterizan a las sociedades-, ya que es vista por el 18.8% de los consultados como uno de los principales problemas que interfieren en el logro de un buen gobierno. De igual manera, el deficiente transporte público es considerado por el 19.2% de los entrevistados como otro problema esencial en el campo de un buen gobierno; dicha circunstancia, relativa al transporte, efectivamente constituye uno de los más graves rezagos urbanos que padece Puerto Vallarta y que aún no ha sido resuelto.

Existen dos conductas que de forma recurrente han caracterizado a las anteriores administraciones municipales y que indudablemente afectan la relación entre gobierno y gobernados. Estas conductas, claramente percibidas por la población como factores que impactan negativamente el buen gobierno, tienen que ver con la deshonestidad y mala preparación de los servidores públicos (con un índice de respuesta del 14.9%), así como con la falta de transparencia y rendición de cuentas (17.9%).

Es evidente que el conjunto de factores de tipo socioeconómico inciden en la dinámica productiva, la competitividad del destino y la calidad de vida de sus habitantes, por lo que es de destacar que la percepción de la población local

contrasta diametralmente con los altos indicadores de bienestar que muestran otros datos, en particular lo relativo al IDH y los bajos niveles de pobreza y de marginación que se atribuyen al municipio. Seguramente ello se deba al hecho de que estos indicadores describen valores promedio, sin atender a las cuestiones de dispersión y distribución de los mismos.

1.2. Dinámica económica

Puerto Vallarta dejó de ser un municipio dedicado al sector primario desde ya hace muchos años. La relocalización de sus actividades económicas se dirigió hacia el sector terciario, principalmente a los servicios turísticos y al comercio, lo que trajo consigo una restructuración socioeconómica en su población y, por consiguiente, en su territorio.

Este fenómeno favoreció, sin duda, la inversión de capital, concretamente en la cabecera municipal. Sin embargo, Puerto Vallarta no ha estado exento de sufrir las dinámicas de crecimiento urbano desmedido que suelen presentar los destinos turísticos de sol y playa. Dicha expansión conlleva una serie de obligaciones, que demanda la población local a los diferentes órganos de gobierno, especialmente en cuanto a la provisión de determinados servicios públicos para los nuevos asentamientos humanos.

1.3. Fragmentación socio-espacial

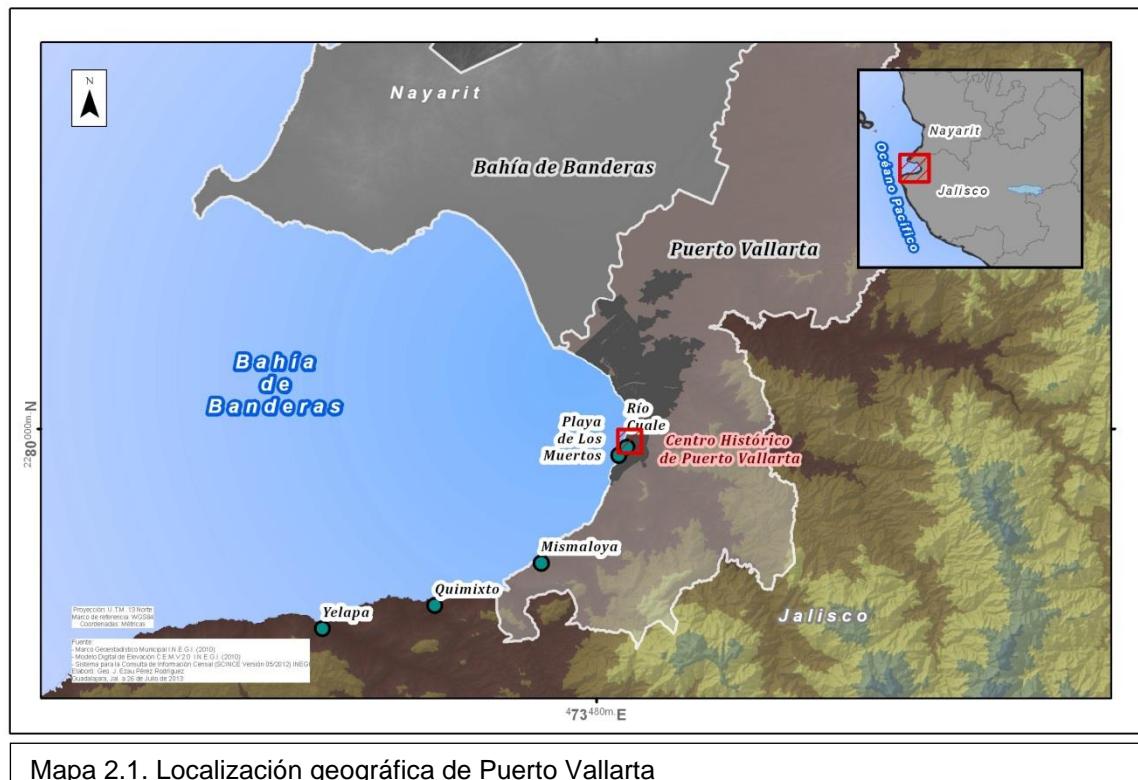
Uno de los factores negativos, producto del proceso de urbanización acelerada de Puerto Vallarta, es la conformación de áreas deprimidas por la falta de servicios básicos municipales, tales como agua, luz y drenaje. Estas áreas se distinguen por su desventaja socioeconómica, al estar asentadas, en su mayoría, en predios irregulares que se localizan y se consolidan en la periferia de la ciudad.

Este proceso de crecimiento acelerado ha dado lugar a la diferenciación de dos grandes aglomeraciones urbanas en Puerto Vallarta; en definitiva se trata del mismo continuo de conglomerado, pero singularizado por las distintas condiciones socioeconómicas y de localización. *La primera Vallarta* se caracteriza por ser el centro espacial integrado activamente a la dinámica del turismo; *la otra Vallarta* es la de la periferia, marginada de los procesos intensivos de conformación espacial, y con rasgos propios de una ciudad subdesarrollada. Esta última la conforman áreas apartadas de la interacción territorial del centro de la ciudad y, a su vez, del turismo; pero por paradójico que esto pueda parecer, es en realidad el hábitat de gran parte de la población económicamente activa, empleada por los servicios turísticos y el comercio que constituyen las actividades productivas del destino.

2. RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

Puerto Vallarta es uno de los tres municipios que constituyen la región económica-administrativa Costa Norte de Jalisco; Cabo Corrientes y Tomatlán son los restantes. Vallarta, como suele ser llamada por los habitantes de Guadalajara, colinda al Norte con los municipios de Bahía de Banderas, perteneciente al vecino estado de Nayarit; al Noreste tiene como limítrofes los municipios de San Sebastián del Oeste y Mascota; al Sur colinda con Talpa de Allende y Cabo Corrientes; y al Oeste con la Bahía de Banderas y el Océano Pacífico (véase Mapa 2.1.) (INEGI, 2010).

La dinámica económica basada en el turismo, aunado a la escasez de reserva territorial apta para suelo urbano en Puerto Vallarta, fomentó el crecimiento hacia el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; particularmente en la localidad de Nuevo Vallarta, conformando así la Zona Metropolitana de Bahía de Banderas.



2.1. Identificación del potencial de los recursos turísticos

El municipio de Puerto Vallarta se localiza en la Región Costa Norte de Jalisco, enclavado en el marco natural que ofrece el Océano Pacífico y la Sierra Madre Occidental. En sus inicios se pobló por personas provenientes de la Sierra Occidental de Jalisco (Mascota, San Sebastián del Oeste, Talpa de Allende y El Tuito, entre otros), lo cual explica la presencia de una arquitectura típica de casas de techo con teja de barro, que no son comunes en las comunidades costeras. Esta peculiaridad le dio un encanto especial y una connotación como pueblo tradicional mexicano, pero con mar.

Puerto Vallarta se encuentra en la Bahía de Banderas, la bahía más grande de México¹, donde la combinación de selva, montaña y mar ha hecho de “Vallarta” uno de los destinos favoritos de los turistas y ha influido en que Puerto Vallarta forme parte del *Club de las bahías más bellas del mundo*, al cual pertenecen 29 bahías de 23 países.

El municipio cuenta con muy pocas zonas planas; éstas, en su caso, se localizan principalmente en la margen derecha del río Ameca y, por la costa, desde su desembocadura hasta la del río Cuale, hacia el Sur. La mayor parte de la superficie está ocupada por zonas accidentadas: en la parte Oriental las sierras de San Sebastián y de Cuale, que forman parte de la Sierra Madre Occidental, protegen el municipio de los vientos y sirven como moderadores del clima; además son un recurso de gran potencial para diversificar la oferta turística del puerto.

Dentro de los destinos tradicionales de México, Puerto Vallarta se ha consolidado como uno de los más importantes centros turísticos de sol y playa a nivel nacional e internacional. El atractivo de este destino va más allá de sus playas, ya que combina los atractivos para el turismo alternativo, la montaña, la recreación, el descanso, el turismo médico, el turismo cultural y el de congreso y convenciones, entre otros; lo que, aunado a la amplia oferta de servicios, ha posicionado al puerto dentro del escenario turístico mundial.

¹ Existe una discusión al respecto, pues hay quienes señalan que el Golfo de México debe ser considerado como una bahía, por lo cual superaría en tamaño a Bahía de Banderas.

2.1.1. Patrimonio natural

Puerto Vallarta ofrece una importante cantidad de atractivos turísticos, basados principalmente en recursos naturales. Desafortunadamente no existe un inventario oficial de dichos atractivos, pero se cuenta con diferentes referencias sobre ellos, sobre todo a través de Internet. En la Web se puede identificar el catálogo de playas que oferta Puerto Vallarta, compuesto por playas como: Las Ánimas, Conchas Chinas, Yelapa, Quimixto, Boca de Tomatlán, Majahuitas, Mismaloya y Los Muertos, la más popular de las playas, localizada en las inmediaciones del malecón y el Río Cuale.

Otro sitio de interés es el Área Natural Protegida (ANP) “Los Arcos”, ubicada entre las playas de Mismaloya y Las Gemelas. Se trata de un conjunto de pequeñas islas e impresionantes arrecifes de gran biodiversidad, con gran cantidad de aves y vida marina. En este lugar los turistas tienen la posibilidad de realizar diversas actividades como el buceo.

Así mismo, se encuentra el estero “El Salado”, considerado como “estero urbano”, debido a que se encuentra rodeado por la zona urbana de Puerto Vallarta. La vegetación del estero se compone principalmente de manglar y marismas; el resto se conforma por dos remanentes de selva mediana subcaducifolia bordeada por sucesiones de elementos de vegetación acuática y subacuática, bosque espinoso y vegetación secundaria. En el estero se llevan a cabo diferentes programas y actividades como son: taller para la captura y manejo de cocodrilos, manejo y conservación de reptiles, concursos de fotografía, paseos nocturnos del estero, observación de flora y fauna, así como el avistamiento de aves y reptiles.

Otros atractivos naturales con que cuenta el destino Vallarta son las cascadas de Quimixto y de Yelapa, donde se llevan a cabo actividades de observación, caminata, natación y de deportes extremos. Por último, las grutas del Edén es el lugar célebre por la filmación de películas como “Predator”.

2.2. Diversificación de la oferta turística

2.2.1. Turismo Alternativo

De acuerdo con las tendencias del turismo a nivel global, Puerto Vallarta ha diversificado su oferta turística, lo que, junto con el tradicional producto de sol y playa, ha hecho más atractivo el destino. Se han integrado productos y servicios

para actividades de ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura. La posición geográfica de Vallarta, en la Sierra Occidental, ha favorecido el desarrollo de estas prácticas turísticas.

Dentro de las principales empresas que operan este tipo de actividades en Puerto Vallarta, se encuentran: Canopy River, El Nogalito, El Edén, Cerro Verde, Los Veranos y Vallarta Adventure, entre otras. En conjunto, estas empresas ofrecen diferentes servicios como tirolesa, paseo en caballo y mulas, descenso en ríos, además de deportes extremos como el rafting o el kayak.

2.2.2. Vallarta, destino gay-friendly

Durante los últimos años, Puerto Vallarta se ha posicionado como un destino *Gay-friendly* reconocido a nivel internacional. El puerto es promocionado abiertamente no sólo como una, sino como *la mejor* opción turística para la comunidad Lésbico Gay Bisexual Transgénero (LGBT). Incluso Puerto Vallarta es reconocido como “El San Francisco de México”, “La capital gay de México” ó “El paraíso gay” (Marín, 2009: 229).

El segmento LGBT se ha posicionado como un mercado importante para Puerto Vallarta. De hecho, existe cierto nivel de especialización en este segmento, pues se estima que más del 35% de *la hotelería de Puerto Vallarta está destinada al turismo gay*. Además diversas páginas electrónicas de empresas turísticas locales publicitan servicios, paquetes y productos especializados para este mercado. Existe una zona romántica o conocida también como Viejo Vallarta, donde se concentran bares y discotecas dirigidas especialmente a este tipo de público.

Recientemente se organizó en este destino la *International Expo & Business LGBT Puerto Vallarta 2011*, lamentablemente sin el apoyo de las autoridades federales del sector. También existe un calendario anual de actividades para el colectivo homosexual en el puerto. En 2013 se llevó a cabo la “Primera Marcha del Orgullo Gay” (*Vallarta Gay Pride*), con ayuda institucional del Ayuntamiento de Puerto Vallarta. Este evento tuvo una gran convocatoria que superó las expectativas de los organizadores y dejó una importante derrama económica.

Sin embargo y pese a que Vallarta es reconocido a nivel mundial como un destino *gay-friendly* tradicional, en los dos últimos años ha perdido terreno en este mercado; es decir, aunque durante mucho tiempo este puerto ocupó el primer lugar dentro de las ciudades turísticas mexicanas en la captación de turismo LGBT, según un estudio realizado en 2011 por la consultora estadounidense especializada en el mercado LGBT, (citado en González, 2012: 6) *Out Now*

Global, este lugar de playa jalisciense descendió hasta el tercer lugar en México como destino preferido por el turista estadounidense gay, con la consecuente pérdida de ingreso para la economía local). El primer sitio fue ocupado por Cancún, acaparando el 25% del mercado estadounidense; en segundo término la Ciudad de México con el 17%; y después Puerto Vallarta con 14% de participación del mercado de Estados Unidos. Como respuesta a esta situación los empresarios del sector, junto con las autoridades locales, trabajan para recuperar el terreno perdido en este segmento de turismo.

2.2.3. Turismo gastronómico

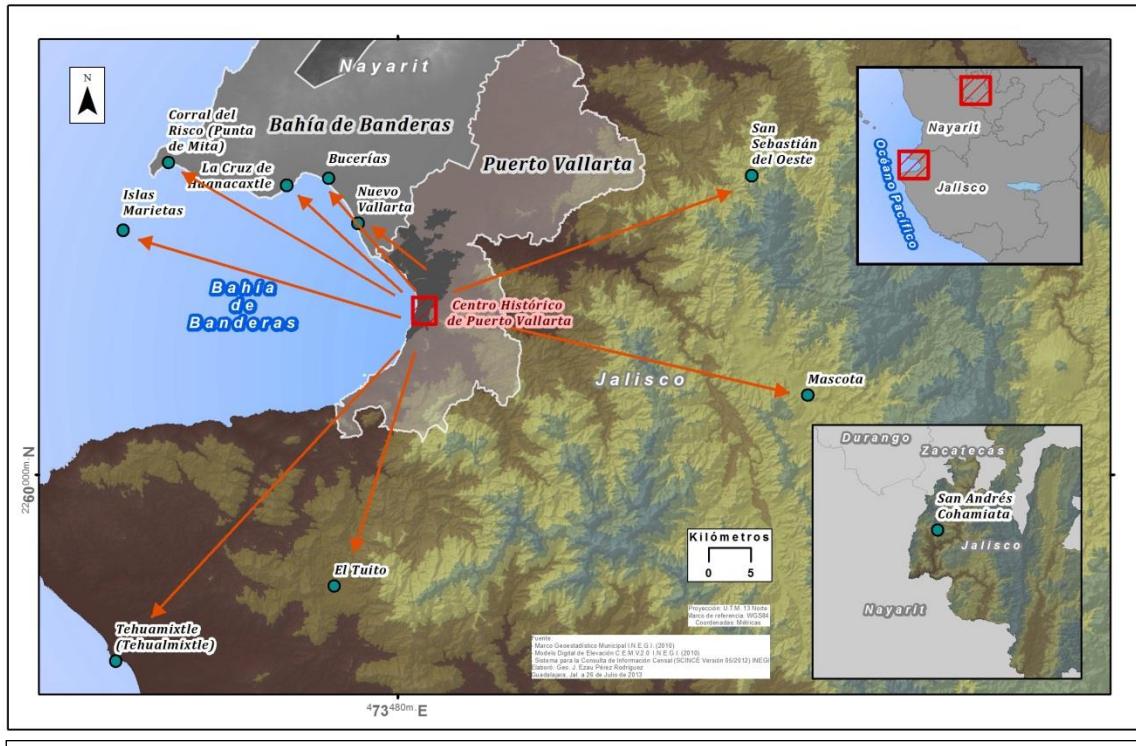
Puerto Vallarta es reconocida como la *Meca del Gourmet* y el segundo destino con la mayor oferta gastronómica de México, sólo detrás de la Ciudad de México. Lo anterior es fruto del reconocimiento a la calidad de su cocina internacional y la preparación de sus platillos, resultado de fusiones con comidas extranjeras. Además, la oferta se ve enriquecida con decenas de restaurantes, fondas, puestos de comida ambulantes y vendedores de pescados y mariscos preparados.

Son célebres en las playas de Puerto Vallarta, los vendedores que ofrecen pescado y camarones “embarazados” -es decir, “en vara asados”-, alimentos típicos de la vasta y exquisita gastronomía del mar en la Costa Norte de Jalisco.

Aprovechando la gama de recursos disponibles, desde 1995 se organiza en Puerto Vallarta el *Festival Gourmet Internacional*, el cual, a partir del año 2000, se extiende a Riviera Nayarit y Tepic. Este festival se ha convertido en el más importante de México, y durante los 10 días en que se celebra logra reunir a chefs de talla internacional, quienes buscan elevar la gastronomía al más alto nivel. Este tipo de evento, sumado al capital gastronómico que posee el puerto, han ido posicionando paulatinamente a Puerto Vallarta como uno de los destinos a visitar por uno de los segmentos turísticos más exigentes, el llamado Turismo Gastronómico.

2.3. Recursos y atractivos turísticos en el entorno

Además de esta oferta, los turistas que llegan a Puerto Vallarta también tienen opciones para visitar diversos poblados con encanto en sus alrededores, como lo son: San Sebastián del Oeste, Talpa de Allende, Mascota y El Tuito; así como la Sierra Wixárika (en la zona Huichol), las Islas Marietas y las numerosas playas de la Bahía de Banderas (véase Mapa 2.2.).



Mapa 2.2. Recursos y atractivos turísticos en el entorno de Puerto Vallarta

2.3.1. San Sebastián del Oeste

Se trata de un pequeño pueblo enclavado en el corazón de la Sierra Madre occidental que tiene su origen como centro minero en la época de la Colonia. Lo escarpado del terreno había mantenido a San Sebastián del Oeste prácticamente incomunicado de la modernidad, por lo que su imagen rural se ha mantenido intacta y ahora constituye su principal atractivo turístico. Dichas cualidades le hicieron merecedor en 2011 del título de *Pueblo Mágico* por parte de la Secretaría de Turismo federal (SECTUR).

Además de vivir una experiencia en la que parece que se ha retrocedido en el tiempo, los turistas que acuden a San Sebastián del Oeste pueden apreciar los procesos artesanales por medio de los cuales se produce la bebida típica de la región: la raicilla², así como el café orgánico y diversas conservas. Otros atractivos de este pueblo son: el Cerro de La Bufa, Hacienda Jalisco, el Puente San

2 La raicilla es un tipo de mezcal a base de maguey *Lechuguilla*, que se produce en 16 municipios de Jalisco. Actualmente está protegido por una Marca Colectiva, es decir que sigue procesos de producción regulados por un organismo para garantizar su calidad. Además, está a punto de convertirse en una zona de denominación de origen. El propósito es elevar la calidad y reforzar el prestigio de esta bebida como embajadora de Jalisco, tanto a nivel nacional como internacional.

Sebastián y dos museos, además de la ya mencionada arquitectura rural que caracteriza a este poblado.

Una de las problemáticas que ha surgido con la reciente incursión de San Sebastián del Oeste en el mercado del turismo, es el escaso empoderamiento que esta actividad ha dejado en la población local. La mayoría de los negocios (hoteles, restaurantes, operadoras turísticas) son propiedad de extranjeros o empresarios procedentes de Guadalajara y Puerto Vallarta, por lo que sus habitantes son, en su mayoría, solamente subempleados en esta actividad. El reto para esta población es lograr consolidar la actividad turística como un eje conductor del desarrollo local de la comunidad.



Imagen 2.1. Recursos y atractivos turísticos en el entorno de Puerto Vallarta

2.3.2. Mascota, Joya de la Sierra

El municipio de Mascota se ha convertido durante los últimos años en un destino frecuentado por la población de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), pero también por aquellos turistas que visitan Puerto Vallarta. La cercanía geográfica con la capital del estado de Jalisco, además de la mejora en la conectividad

terrestre con la carretera Guadalajara–Mascota –Las Palmas–Puerto Vallarta, han venido a abrir las posibilidades de desarrollo turístico para toda la Región Sierra Occidental.

Entre los atractivos ubicados en su cabecera municipal y que más destacan, están: casonas antiguas, el museo arqueológico, la arquitectura típica de pueblo y el Templo Inconcluso de la Preciosa Sangre. En el interior del municipio sobresalen otros recursos como la Presa Corrinchis, los pueblos de Navidad y Yerbabuena, el paisaje serrano, las haciendas y los petroglifos, entre otros.

La oferta de servicios turísticos de Mascota es muy amplia y de buena calidad; sin embargo, faltan acciones para fortalecer esta actividad como: la realización de eventos, una mayor promoción, el fortalecimiento de la cultura de servicio entre la población y diversas mejoras en la gestión turística desde el ámbito local.

2.3.3. San Andrés Cohamiata

San Andrés Cohamiata es una comunidad indígena Wixárika (huichol), correspondiente al municipio de Mezquitic, en la Región Norte de Jalisco. En esta comunidad se encuentra un proyecto de turismo comunitario denominado *Tatei-Kie*³. Los servicios que se ofrecen son, entre otros, renta de cabañas y espacios para camping, alimentación, recorridos guiados, senderismo interpretativo, venta y exposición de artesanías y participación en ritos y celebraciones.

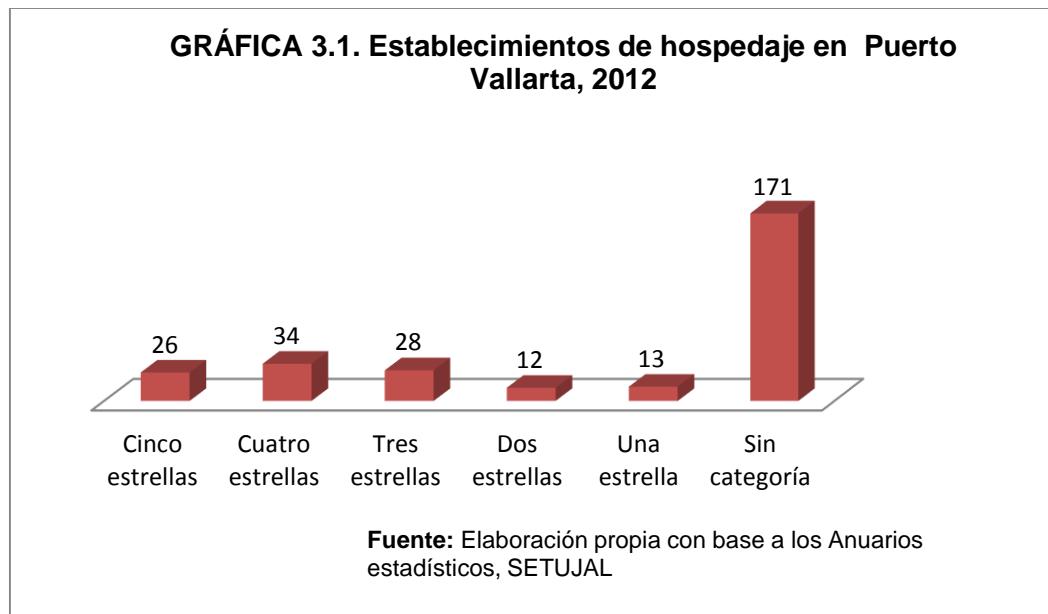
Parte de los turistas que arriban a San Andrés Cohamiata, desde Puerto Vallarta, utilizan como medio el transporte aéreo en avionetas, pues es la forma más ágil para llegar hasta este punto. La problemática por la que pasa actualmente la actividad turística en este lugar tiene que ver con dos factores fundamentales: accesibilidad y seguridad. Por un lado, la geografía accidentada de la zona, desconecta a esta comunidad de grandes mercados de turistas, tales como: la amplia población de la ZMG y la gran cantidad de visitantes que arriban a Puerto Vallarta. Esto es, la distancia por tierra, desde estos puntos, de más de 10 horas de trayecto, reduce potencialmente la afluencia turística. Junto con la distancia, los problemas de inseguridad también representan un riesgo para quienes transitan por los caminos de la zona, sea la propia comunidad o sus visitantes.

3 Cabe destacar la puesta en marcha de un proyecto turístico en una comunidad indígena que no fácilmente se abre hacia el exterior. No obstante los problemas que atraviesa, este proyecto es de gran relevancia, pues se encuentra dentro de la localidad con mayor número de habitantes wixárikas de México, y enclavado en el corazón de la Sierra Madre Occidental.

3. OFERTA DE HOSPEDAJE

3.1. Servicios de alojamiento

El destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con 284 unidades económicas de hospedaje, de las cuales, la mayoría son establecimientos sin categoría (60%), entre los que se encuentran: albergues, departamentos, bungalows, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, moteles, villas, posadas, pensiones y *trailer park*.



En conjunto, la planta de hospedaje de Puerto Vallarta contaba con 11,770 habitaciones en el 2012. Durante los últimos 11 años, el dinamismo de la actividad turística trajo consigo un crecimiento mínimo de las unidades rentables en el sector hotelero; aunque en algunos años con altibajos en la oferta de cuartos. En 2012, por ejemplo, los hoteles de categorías Gran Turismo y Tres y Cuatro Estrellas reportaron un decrecimiento en la oferta de sus unidades rentables (véase Tabla 3.1.).

Año	Gran Tur.	Estrellas					Clase Económica	Sin Clasif.	Total
		5	4	3	2	1			
2001	2,433	2,484	2,684	1,704	349	275	325	0	10,254
2002	2,350	2,553	2,684	1,704	349	275	325	0	10,240
2003	2,350	2,760	2,830	1,745	328	284	325	0	10,622
2004	2,470	2,640	2,830	1,745	328	284	325	0	10,622
2005	2,370	2,739	3,482	1,612	306	321	369	0	11,199
2006	2,358	2,592	3,215	1,585	272	342	345	125	10,834
2007	2,054	3,111	2,875	1,652	272	342	350	164	10,820
2008	1,966	3,340	2,795	1,589	277	355	400	162	10,884
2009	1,966	3,340	2,710	1,589	329	355	400	162	10,851
2010	2,080	3,294	2,848	1,516	348	327	385	162	10,960
2011	2,602	2,683	2,681	1,490	311	295	322	163	10,547
2012	2,262	3,693	3,221	1,410	341	356	324	163	11,770

Fuente: Elaboración propia con base a los Anuarios Estadísticos 2001-2012, SECTURJAL.

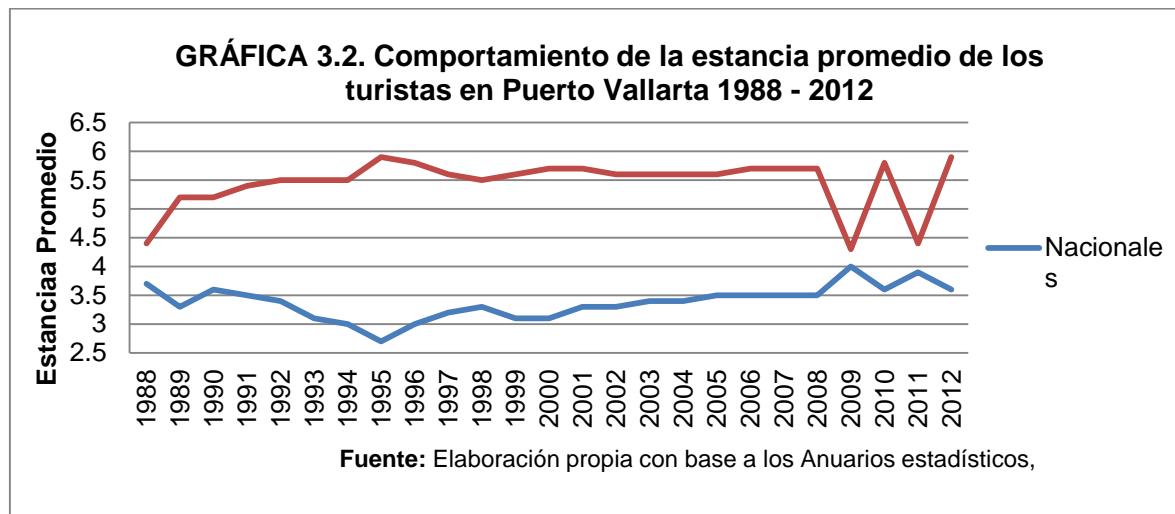
La oferta de habitaciones está dominada por las categorías de Gran Turismo, Cinco y Cuatro Estrellas (véase Gráfica 3.1.), las cuales concentran 9 mil 176 unidades, lo que representa el 78% de la oferta de hospedaje. La categoría con mayor número de habitaciones son los hoteles de Cinco Estrellas (6,693), seguido de los de Cuatro Estrellas (3,221) y los de Gran Turismo (2,262).

El servicio de condominios también está presente en la oferta turística de Puerto Vallarta. En el 2012, la oferta de alojamiento de este centro de playa jalisciense se complementó con 8 mil 905 unidades bajo la modalidad de condominios, lo que representó el 43% del total de cuartos hoteleros de Puerto Vallarta; observándose una disminución respecto del año 2010, en el que llegó a contar con 9 mil 250 unidades rentables. La gran oferta de condominios que muestra el destino, hace evidente que su estructura de alojamiento corresponda a un servicio principalmente extra hotelera, ya que ninguna de las categorías de hospedaje hotelero alcanza, por sí sola, el volumen de cuartos que proporcionan los condominios. De entre las consecuencias que ha traído consigo este modelo de oferta de hospedaje, está el hecho de que el gasto del turismo cada vez sea menor, y el que la actividad turística haya detenido su participación dentro de la economía local y, por lo tanto, la evolución del destino.

3.1.1. Estancia promedio

La estancia media del turista en Puerto Vallarta es de 4.5 noches. El turismo nacional mantiene un promedio de permanencia de 3.6 noches en el destino,

inferior al promedio del turismo extranjero que ronda las 5.9 noches (véase Gráfica 3.2.).



De acuerdo con este mismo gráfico, se observa que el indicador de la estancia media de los turistas internacionales a Vallarta presenta una caída en aquellos periodos en los que el gobierno estadounidense emitió alertas de seguridad a sus conciudadanos. Este hecho pone de manifiesto que el tema de seguridad es determinante a la hora de la elección del destino.

3.1.2. Perspectivas del sector hotelero

A pesar de que Puerto Vallarta cuenta con una importante oferta de servicios turísticos, en particular del sector hotelero, muchas de las instalaciones existentes se han vuelto obsoletas y no están a la vanguardia de las nuevas demandas y necesidades del cliente. Prueba de ello es que en los últimos años no se han realizado inversiones de ningún tipo para ampliar o mejorar la infraestructura existente. Sin embargo, durante el primer cuatrimestre de 2013 se ha anunciado una inversión de alrededor de 110 millones de dólares para ampliar la oferta hotelera de la zona, principalmente orientada a establecimientos de categoría *Business Class*. De hecho, para finales de 2013 se espera la apertura de dos hoteles más, cuya inversión oscila entre los 20 y los 30 millones de dólares cada uno; y recientemente fueron inaugurados los hoteles *Secrets* y *Now Amber* de la cadena *Am Resort*, que en conjunto suman 600 nuevas habitaciones y una inversión de 185 millones de dólares. En verano de 2012 se inauguró en la zona hotelera del puerto un establecimiento de hospedaje de la cadena *Hilton*.

Como se puede observar, las inversiones en el sector hotelero están encaminadas hacia el segmento de negocios y lujo. Esto corresponde a una estrategia conjunta

entre el sector turístico y el gobierno del estado de Jalisco, quienes pretenden posicionar al destino como el principal centro turístico de playa del país en el segmento de turismo de reuniones y negocios.

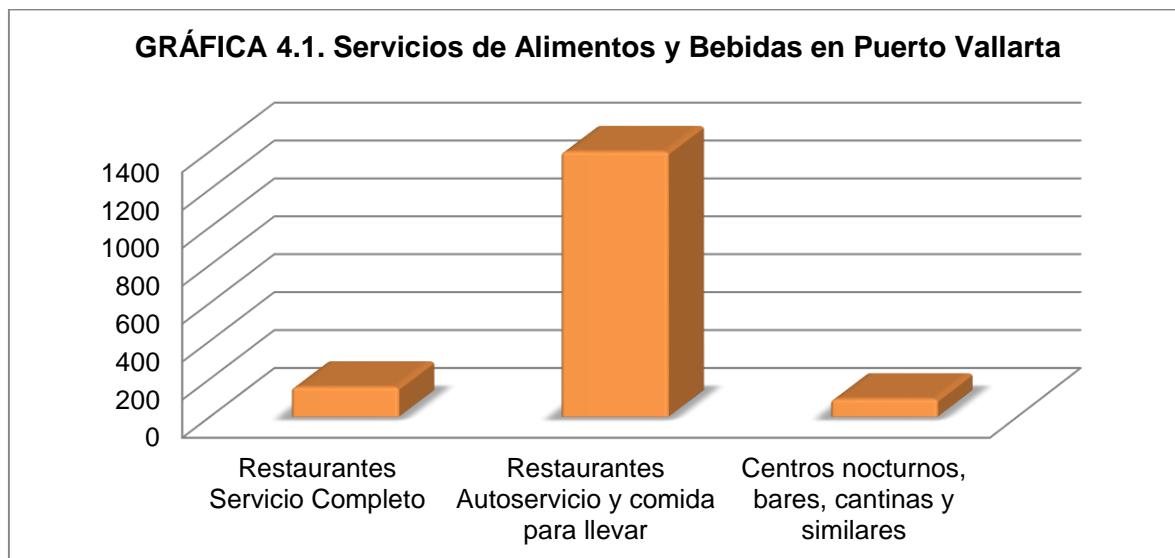
Además de estas inversiones hechas en el municipio de Puerto Vallarta, se debe mencionar que la inversión en turismo en Nuevo Vallarta –correspondiente al municipio de Bahía de Banderas, Nayarit–, es aún mayor. Este destino ocupó el primer lugar nacional en captación de capitales en la actividad turística durante el primer trimestre de 2013. La oferta de cuartos de hotel en Nuevo Vallarta se ha incrementado en un 26.9% entre 2011 y 2013: de los 5,988 cuartos disponibles en el primer año, se ha pasado a 7,597 habitaciones en el último. Estas cifras, aun cuando indican dinamismo turístico en la región de Puerto Vallarta, la perspectiva de inversión y crecimiento para el destino jalisciense sigue siendo inferior a la registrada para Nuevo Vallarta; por lo que deben buscarse estrategias de desarrollo en las que ambos lugares se beneficien, por encima de límites político-administrativos y con vistas a una mejora conjunta de la competitividad turística.

4. OFERTA COMPLEMENTARIA

Este apartado analiza la oferta de servicios turísticos complementarios de Puerto Vallarta, la cual se compone de las unidades económicas destinadas a satisfacer las necesidades básicas y de recreación de los visitantes. Los servicios que integran la oferta son: establecimientos de alimentos y bebidas, guías de turistas, operadoras de viajes y servicios de entretenimiento, entre muchos otros.

4.1. Servicios de alimentos y bebidas

Puerto Vallarta cuenta con mil 647 establecimientos de servicios de alimentos y bebidas. Este municipio posee una amplia variedad gastronómica, tanto en la zona urbana como en la zona hotelera, donde se ofrecen platillos típicos de la región, alta cocina mexicana y hasta comida internacional.



Diversos establecimientos del destino han logrado numerosos galardones internacionales, como el Premio *Five Star Diamond* que ostentan cinco restaurantes y el *Three Diamonds Award and AAA* que ya tienen nueve restaurantes, otorgados por la Academia Americana de Ciencias de la Hospitalidad (AAHS por sus siglas en inglés). Es el reconocimiento más notable que un restaurante puede recibir en honor a su fina gastronomía, calidad, limpieza y servicio (H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2010).

TABLA 4.1. Principales eventos gastronómicos de Puerto Vallarta		
Evento	Descripción	Mes
<i>Wine fest</i>	Este evento pretende dar a conocer la cultura del vino en sus diferentes expresiones, desde artísticas hasta culturales.	Febrero
<i>Restaurant Week</i>	Los mejores restauranteros se unen para consentir el paladar de los comensales, ofreciendo menús en tres tiempos a precios asequibles.	Mayo
<i>Festival Gourmet Internacional</i>	Se reúne el talento de chefs locales y extranjeros para presentar sus mejores platillos.	Noviembre

Fuente: Elaboración propia en base a datos de FIDETUR y CANIRAC.

4.2. Guías turísticos

El Ayuntamiento de Puerto Vallarta cuenta con 10 guías turísticos encargados de informar y asesorar a los visitantes sobre las posibilidades de ocio y esparcimiento de la zona. Estos profesionales se encuentran ubicados en distintos módulos de información ubicados en las áreas de mayor afluencia de turistas: dos guías en cada uno de los tres módulos de información, y otros dos guías en las dos oficinas de turismo del municipio.

4.3. Museos

Existen cuatro museos en la localidad que resguardan diversas obras para la conservación de la historia de algunos lugares específicos de Puerto Vallarta:

- *Museo Histórico Naval de Puerto Vallarta.* Ubicado al final del Malecón, justo al lado del teatro al aire libre, presenta la historia náutica de México, a partir de la conquista y hasta la época moderna.
- *Museo de la Isla de Río Cuale.* En este museo se exhiben algunos objetos rescatados del Centro Ceremonial de Ixtapa, formado por montículos diseminados.
- *Museo Regional de Antropología.* Muestra las tradiciones y costumbres de algunos grupos nómadas que habitaban la Región Occidental de México en la etapa prehispánica.

- *Galería-Museo Manuel Lepe.* Muestra un gran número de las obras del artista Manuel Lepe, un conocido pintor nacido en Puerto Vallarta en 1936.

4.4. Venta de artesanías

Las artesanías elaboradas en Puerto Vallarta son principalmente en cerámica de talavera, en ellas se representa una mezcla de técnicas españolas, italianas, chinas e indígenas. Igualmente se elaboran guaraches y sandalias de cuero, los zapatos estilo “Vallarta” y vestidos de manta con bordados a mano con motivos mexicanos, los cuales se ofrecen a la venta en los distintos mercados del destino.

4.5. Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta

El Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta (CICPV), es un recinto diseñado y construido por el gobierno del estado de Jalisco para dotar a Puerto Vallarta con la infraestructura necesaria para la realización de grandes eventos, como congresos, convenciones, exposiciones y conciertos. Consta de un edificio de 15 mil m² de construcción, sobre una superficie de terreno de 17 hectáreas que permite atender eventos de más de 5 mil participantes.

Es importante mencionar que desde la apertura del CICPV, el uso que se le ha dado ha sido escaso. Por ejemplo, en lo que va de 2013 sólo se han realizado dos grandes eventos en el recinto, lo que habla del desaprovechamiento de estas instalaciones teniendo en cuenta que Jalisco es líder nacional en Turismo de Reuniones y Convenciones; de hecho, según las autoridades oficiales del ramo, uno de cada cuatro turistas que llega al estado lo hace por motivos de negocios; para Puerto Vallarta, esta modalidad representa el segundo mercado potencial, después del turismo recreativo.

5. FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

En el contexto internacional, el crecimiento turístico y su aporte a la riqueza nacional es una constante en muchos países, claramente condicionado por el patrimonio natural y cultural que las naciones poseen, pero también por sus recursos humanos calificados que permitan asegurar un desarrollo sostenido de este sector.

Según el Foro Económico Mundial, los países líderes en competitividad turística y calidad en el sistema educativo son: Suiza, Canadá, Finlandia, Nueva Zelanda, Alemania, Austria y Francia, entre otros. México, por su parte, ocupó en 2011 la posición número 43 de este *ranking*, descendiendo un lugar en el último informe de 2013. Lo anterior pone de manifiesto la estrecha relación existente entre la calidad del sistema educativo de las naciones y la competitividad turística de las mismas. Por ello, se intuye que uno de los motivos por los que México se aleja de los países con posición privilegiada a nivel turístico internacional puede deberse en cierta medida a la baja calidad del sistema educativo (Schwab, 2013).

5.1. El factor humano en el contexto nacional

El turismo es un sector muy intensivo en mano de obra, donde la atención al turista y la alta calidad en la prestación de los servicios turísticos constituyen factores clave en la competitividad de un destino. Por tanto, teniendo en cuenta el escenario competitivo actual y futuro, el factor humano puede suponer una fuente de oportunidades de diferenciación que los destinos pueden aprovechar para establecer una ventaja frente a la competencia (CCIM-CEIM, 2008).

Al 2011, México contaba con 829 centros de enseñanza turística, de los cuales el 5.4% se ubicaba en el estado de Jalisco, tercer estado en oferta de este tipo de enseñanza, después del Distrito Federal y del Estado de México.

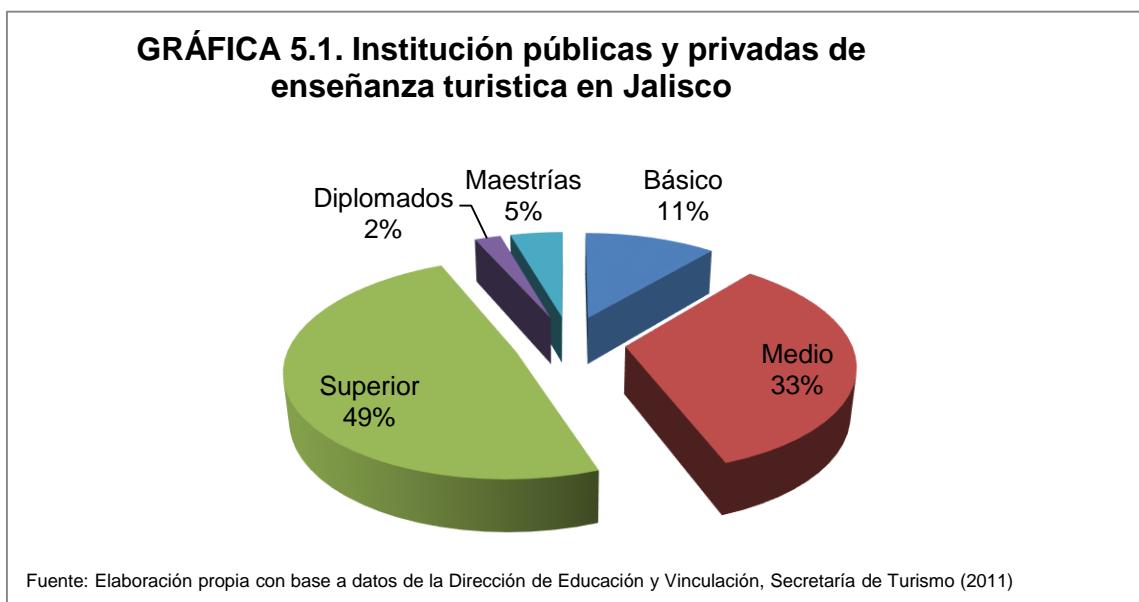
TABLA 5.1. Centros de enseñanza turística en México, 2011

Estado	Número de centros de enseñanza	%
Distrito Federal	143	17.2
Estado de México	80	9.6
Jalisco	45	5.4
Veracruz	44	5.3
Puebla	39	4.7
Quintana Roo	38	4.6
TOTAL NACIONAL	829	

Fuente: Elaboración propia con base al Compendio Estadístico de Turismo en México (SECTUR, 2011)

5.1.1. El contexto estatal

Según datos de 2011, de las 45 instituciones públicas y privadas que ofrecen cursos de enseñanza turística en Jalisco, el 49% pertenece a centros de educación superior y el 33% a educación de tipo media-superior (técnico). Lo que destaca aquí es la reducida oferta de posgrados en turismo; situación que se evidencia al representar los estudios de maestrías en la rama turística tan sólo el 5% de los programas educativos que se ofrecen en la entidad (véase Gráfica 5.1.).



Con base a un estudio de alcance nacional sobre las competencias que adquieren los estudiantes y egresados de las carreras de turismo, realizado por CESTUR, CONACYT y la Universidad Lasalle en el 2012, se estima que en Jalisco⁴ no existe una desviación o desalineación en cuanto a las competencias requeridas en el mundo laboral y los programas de estudio que se ofrecen. Esto hace suponer que las distintas escuelas de turismo en el estado están cumpliendo con las necesidades de las empresas, ya que la calificación que los empleadores otorgan a los egresados es de suficiente (CESTUR, 2012).

El promedio de calificación que hacen los empleadores acerca de las competencias genéricas sistemáticas que muestran los egresados de turismo, es de 3.3 en una escala de 5 puntos; y de 2.8 puntos respecto al grado en que poseen competencias específicas de turismo. La lectura de esta puntuación lleva a pensar que las instituciones educativas involucradas en la formación profesional

⁴ Tomando en cuenta la opinión de los empleadores de la zona 5, que incluye a los estados de: Jalisco, Colima, Guanajuato, Guerrero, Michoacán y Oaxaca (CESTUR, 2012).

de los recursos humanos calificados para el sector turístico, están logrando sólo *lo necesario* en el caso de las competencias genéricas, y *poco menos de lo necesario* en relación con las competencias propias del fenómeno turístico (véase Tabla 5.2.).

TABLA 5.2. Competencias de alumnos egresados de turismo, según los empleadores de la zona 5 (Jalisco, Colima, Guanajuato, Guerrero, Michoacán y Oaxaca)			
Competencias Genéricas Sistémáticas		Competencias Específicas de Turismo	
Competencias con mayor deficiencia	Ponderación	Competencias adquiridas	Ponderación
Toma de decisiones	3,39	Dirección y coordinación de actividades de empresas turísticas	2,99
Capacidad de organización y planificación	3,34	Análisis de actividades financieras	2,97
Capacidad de gestión de la información	3,30	Descripción y pronóstico de la actividad turística	2,96
Conocimiento de una lengua extranjera	3,18	Diseño de proyectos turísticos	2,95
Conocimiento de informática	3,12	Gerencia de desarrollo de productos y servicios turísticos	2,94
Trabajo en un contexto internacional	3,37	Realización de estudios sobre el comportamiento de la actividad turística	2,84
Iniciativa y espíritu emprendedor	3,43	Análisis de alianzas comerciales	2,82
Creatividad	3,42	Organización de la operación de los servicios turísticos	2,79
Conocimiento de otras culturas y costumbres	3,09	Gerencia de asesoramiento a organizaciones turísticas	2,77
		Clasificación y jerarquización de la oferta turística	2,76
		Identificación y estudio del mercado turístico	2,74
		Divulgación de conocimientos de la actividad turística	2,49
		Gerencia de generación y difusión de conocimiento de actividad Turística	2,44
Promedio		Promedio	2,80
Fuente: Elaboración propia con base a datos del CESTUR (2012).			

En el grupo de competencias pertenecientes a la operación técnica de las empresas, los empleadores opinan que el trabajo de las instituciones educativas en turismo cumple con *lo necesario* exclusivamente (véase Tabla 5.3.).

De acuerdo con los datos expuestos en las Tablas 5.2. y 5.3., los empleadores consideran que en general el capital humano que se forma en las instituciones de educación turística no satisface, en muchos aspectos, las expectativas requeridas por las empresas del ramo; pues sólo están cumpliendo con “*lo necesario*” en cuanto al desarrollo de competencias profesionales y técnicas de los egresados. En definitiva, los programas educativos en turismo no están proporcionando una adecuada formación que permita contar con recursos humanos capaces para el

mercado laboral. Este escenario también se percibe en Puerto Vallarta y aunque existen instituciones que ofrecen formación turística en los niveles técnico y profesional, no se cumple el cometido de dotar al mercado laboral de personal altamente calificado, que realice de manera eficaz las funciones propias de cada puesto en las empresas del sector turístico. Los centros educativos existentes cuentan con la suficiente demanda de alumnos para la carrera de turismo, sin embargo, la instrucción es aún deficiente.

TABLA 5.3. Competencias operativas en alumnos egresados de turismo, según los empleadores de la zona 5	
Competencias	Ponderación
Desarrollo del manejo de idiomas	3,43
Incorporación del uso de la informática	3,40
Identificación y manejo de herramientas	3,37
Otorgamiento de información	3,36
Desarrollo de estrategias y planes de CT	3,25
Gestión de eventos y actividades recreativas	3,14
Determinación del uso de productos químicos y temperaturas	3,11
Participación en actividades de promoción y comercialización	3,10
Programación y supervisión de trabajos de limpieza	2,99
Ánalysis del entorno económico – social	2,96
Incorporación a planes de desarrollo turístico	2,87
Diseño, supervisión y control de actividades y visitas	2,82
Promedio	3.15
Fuente: Elaboración propia con base a datos del CESTUR (2012).	

Así mismo, el sector empresarial considera que los programas de estudio están bien abordados con respecto a las necesidades de preparación del recurso humano; aunque en aspectos relacionados con la práctica laboral es donde no se está formando debidamente en parangón con lo requerido; de hecho, opinan que los alumnos egresan sólo con el 50% de competencias indispensables para desempeñar las funciones que los distintos puestos de trabajo requieren. En este aspecto es importante resaltar que en Puerto Vallarta, si bien las empresas no tienen problema para conseguir personal con estudios en turismo que ocupe los puestos operativos y de supervisión, es insistente la preocupación de los empleadores por la baja calidad de la formación que reciben los alumnos de las instituciones que ofrecen carreras relacionadas con el estudio del turismo, de tal forma que deben invertir en capacitación para llevar a su personal a un nivel deseado y así desempeñar las funciones encomendadas de manera eficaz. Por ello, con el fin de mejorar y cambiar esta realidad, es necesario fortalecer y fomentar la calidad de la formación, ya que es un aspecto relevante en el desarrollo del turismo en Puerto Vallarta.

En este sentido, un estudio realizado por la *American Chamber of Commerce México*, a trabajadores de Guadalajara, Monterrey y Distrito Federal, revela información sobre los 10 empleos peor pagados, siendo uno de ellos el vinculado con las carreras superiores en turismo. Los datos muestran que el promedio mensual que ganan los profesionistas que se desempeñan en la actividad turística es de entre tres mil y cinco mil pesos, salario que aumenta a menos que laboren en puestos directivos de la hotelería de lujo o del sector público⁵.

Resultan interesantes los resultados de los dos estudios citados ya que, por una parte, el sector empresarial requiere que el egresado de turismo posea capacidades de mayor nivel y adaptadas a sus necesidades, pero al parecer no están dispuestos a pagar más por los puestos que ocupan. En Puerto Vallarta, aunque la actividad turística constituye un pilar importante en la economía local, la oferta laboral en las empresas del sector no es bien remunerada, sobre todo en los puestos operativos; por otro lado, es loable que los establecimientos turísticos en el destino ofrezcan un desarrollo en el escalafón con mayor dinamismo, de esta manera, se promueve al personal con habilidad, talento y destreza para ocupar puestos mejor remunerados.

5.2. Capacitación

Para la SECTUR es importante que los prestadores de servicios turísticos cuenten con las competencias necesarias para desempeñarse de manera apropiada en el mercado laboral; por ello, promueve programas de formación y actualización a través de la impartición de cursos de capacitación basados en Normas Técnicas de Competencia Laboral.

La capacitación de los prestadores turísticos ha sido un factor determinante en el proceso de profesionalización del sector. En Jalisco, la tendencia por capacitar a los empleados del sector se fortaleció a partir del 2008. Durante este año y el siguiente los cursos formativos ofertados han mostrado un aumento, aunque en el 2010 presentó un retroceso por causas diversas.

En 2011 se registró la cifra más alta de cursos impartidos desde el comienzo de este proyecto, con 796 cursos impartidos a un total de 23,045 trabajadores del sector. Esto representa un aumento de más del 5 mil por ciento con respecto al año anterior, en cuanto a cantidad de cursos impartidos y al número de personas capacitadas; lo que se explica, sin duda, por la realización de los XVI Juegos

⁵ Información recuperada de la nota “Los diez empleos peor pagados en México”, publicada el 2 de septiembre de 2013 en el diario El Universal.

Panamericanos en Guadalajara 2011; evento que incentivó la profesionalización de la actividad turística local en cierto modo.

TABLA 5.4. Capacitación turística en el estado de Jalisco				
Año	Cursos impartidos		Trabajadores capacitados	
	Número	Incremento porcentual	Número	Incremento porcentual
2006	5	-----	83	-----
2007	7	40.0	200	141.0
2008	27	285.7	691	245.5
2009	28	3.7	980	41.8
2010	15	- 46.4	416	- 57.6
2011	796	5,206.7	23,045	5,439.7
2012	201	- 396.0	5,195	- 443.6

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la Dirección General de Capacitación Turística (1991-1995) y la Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística (1997-2000).

Entre los programas de capacitación, en esta línea, se halla el *programa de certificación de competencia laboral para el sector turístico* que evalúa y certifica las capacidades laborales para realizar un trabajo eficazmente y producir los resultados deseados por una organización. Este proceso se realiza con base en lo que señalan las Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL).

5.3. Certificación

De acuerdo a un estudio denominado “Bahía de Banderas a futuro 2000-2015”, se propone un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable, en el mismo se plantea el aspecto de la certificación como uno de los pilares para lograr la competitividad del sector turístico. En este sentido, se afirma que la certificación moderna de servicios es un proceso que está fuera de las acciones del Estado. Para el caso de la Bahía de Banderas, se plantea crear un organismo privado de certificación que esté apoyado por los empresarios, y que responda a las exigencias de la planificación de la Bahía. Este organismo estaría apoyado por la Universidad y otros centros especializados, a fin de que sea independiente de los diferentes poderes y sea una instancia de alta credibilidad al interior y exterior del sector turístico.

Existen algunas iniciativas en Puerto Vallarta en pro de la certificación de los servicios turísticos, algunos ejemplos son:

El Centro Universitario de la Costa CUCOSTA de la Universidad de Guadalajara impulsa la capacitación en beneficio del turista a través de un programa denominado: “Certificación en gestión de la calidad en hotelería”, dirigido a prestadores de servicios turísticos en el ramo hotelero. El objetivo es elevar el

nivel del desempeño laboral y estar a la par con las tendencias novedosas en el ramo hotelero.

Así mismo, el Instituto de Formación para el Trabajo (IDEFT) en el estado de Jalisco ha puesto en marcha el programa titulado: “Certificación de alto Estándar de Calidad”, que está dirigido al personal de áreas operativas en empresas de servicios de hospedaje, aunque se pretende impartir a cualquier giro económico que lo requiera. Esta iniciativa busca enseñar nuevas habilidades en competencia para meseros, amas de llaves, camaristas, recepción, entre otras áreas afines a la hotelería. De los 18 planteles en todo el estado, el plantel con sede en Puerto Vallarta es el más activo en cuanto a oferta de cursos, capacitaciones y acreditaciones.

Por su parte, la SECTUR, a través de las instancias estatales de turismo, ofrece cursos sobre *Cultura Turística* sobre diversos ámbitos de interés para el sector, como el Distintivo H y el Distintivo M. Además, por medio del programa CONOCER oferta cursos formativos con el objetivo de que se adquieran distintas competencias laborales útiles para diversos puestos del sector turístico, principalmente enfocados a niveles operativos, tal y como se menciona en las políticas públicas para capacitación y certificación. Dentro de dichos programas de certificación destacan los siguientes:

5.3.1. Distintivo M (Gestión integral de la calidad)

Según datos de la SECTUR al mes de junio de 2013, a lo largo del territorio mexicano 12,418 empresas turísticas contaban con este distintivo vigente, relacionado con la gestión integral de la calidad. De ellas, 253 correspondían al estado de Jalisco, sólo un 2% respecto al registro nacional. Considerando que en esta entidad existen destinos de gran importancia turística, como Puerto Vallarta, este bajo porcentaje refleja en cierta medida la falta de interés de los empresarios del sector por mejorar su competitividad, en lo referente al recurso humano, en los mercados de turismo interno y externo.

Actualmente Jalisco se encuentra en el lugar 22, a nivel nacional, en cuanto a número de establecimientos que cuentan con el Distintivo M (véase Tabla 5.5.). De un total de 253 correspondiente a este estado, 36 de las empresas se encuentran en la ZMG y 11 en Puerto Vallarta; el resto se distribuye en otros municipios del estado como: Magdalena, Ciudad Guzmán, Sayula y Etzatlán, entre otros.

TABLA 5.5. Distintivos "M" otorgados a nivel nacional			
No.	Estado	Otorgados	%
1	Distrito Federal	1,551	12.0
2	Tamaulipas	1,163	9.0
3	Guanajuato	806	6.0
4	Michoacán	557	4.0
5	Coahuila	555	4.0
6	Veracruz	549	4.0
7	Sonora	499	4.0
8	Sinaloa	482	4.0
9	Oaxaca	480	4.0
10	Puebla	461	4.0
22	Jalisco	253	2.0
Total Nacional		12,418	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR (2013).

Aunque Puerto Vallarta cuenta con más de 1,174 establecimientos de hospedaje y alimentos y bebidas de acuerdo con cifras de la SECTURJAL, la cantidad de empresas certificadas con el Distintivo M es bastante pobre y representa sólo el 0.93 del total de negocios con el perfil para obtenerlo, incluso sin considerar otros giros como las agencias de viajes, tour operadoras, empresas de transporte, etc.

Esto refleja la falta de compromiso de los prestadores de servicios turísticos locales con la calidad ofrecida a los turistas y con sus expectativas de viaje en general, lo cual seguramente desanima la preferencia de los visitantes por el destino y en consecuencia disminuye su nivel de competitividad. Mientras no exista el interés necesario de los empresarios para cambiar la realidad y transformarla en un escenario apropiado, que les permita obtener mejores resultados en la satisfacción de clientes, Puerto Vallarta perderá parte de la cuota de mercado que durante muchos años ha alcanzado, sobre todo si se considera el avance significativo que otros destinos de playa han logrado gracias a la implementación de sistemas de calidad integral en todo el proceso de producción del servicio.

En suma, la participación de los empresarios turísticos de Puerto Vallarta en el cumplimiento de las expectativas de los clientes se percibe de una manera opaca, por la falta de visión respecto a la calidad y a la mejora continua, pareciera, incluso no importar la trascendencia de su actuación frente a la responsabilidad que tienen con el sector y la comunidad en general. No contemplan la opción de invertir para mejorar el servicio que ofrecen y en muchos de los casos, están a la espera de que las políticas de los gobiernos les sean favorables para no invertir sus recursos económicos en la implementación de sistemas que aseguren la calidad. Un ejemplo claro es el Distintivo M, donde su ejecución dentro del establecimiento representa avances relevantes en la cualificación de los servicios y por eso las instituciones que lo promueven apoyan su implantación; sin embargo, para que esta estrategia sea eficaz, debe mantenerse vigente en el desarrollo de la empresa, aunque existen directivos de negocios que deciden no

seguir practicando el sistema cuando no consiguen la subvención oficial.

5.3.2. Distintivo H

Al mes de junio de 2013, según datos de SECTUR, en el estado de Jalisco existen un total de 250 establecimientos con este distintivo vigente. De ellos, 98 se localizan en la ZMG, 103 en Puerto Vallarta y el resto en el interior de esta entidad. Aunque el número de distintivos otorgados ha venido aumentando de forma considerable en este destino de playa, todavía es insuficiente para considerarlo como un *lugar seguro* en el consumo de alimentos y bebidas, ya que el número de empresas certificadas con el distintivo, representa sólo el 11% de los más de 800 establecimientos de alimentos y bebidas que existen en Puerto Vallarta. Esta situación plantea un problema y una amenaza para la calidad y por ende, para la competitividad del destino por tratarse de la salud de los clientes, sean turistas o residentes. Además, el visitar restaurantes y bares es una actividad de diversión, esparcimiento, recreación, sentido de pertenecía y conocimiento de la cultura gastronómica de la localidad, por eso se establecieron franquicias nacionales y extranjeras de prestigio, haciendo más diversa e importante la oferta de ocio.

En consecuencia, y para que la tendencia en este rubro mejore considerablemente, se debe actuar para mejorar las condiciones de higiene de los establecimientos de alimentos y bebidas de Puerto Vallarta, lo anterior con el fin de disminuir los riesgos que enfrentan los turistas al consumir alimentos potencialmente contaminados y así bajar la incidencia de las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA's), no deben pasarse por alto los problemas que México ha enfrentado por las contingencias de salud, muchas de estas han estado relacionadas con el consumo de alimentos y bebidas. Asimismo, el clima de tipo tropical que impera en el destino, es un factor que favorece la rápida descomposición de los ingredientes necesarios para la actividad gastronómica, principalmente de productos del mar, de tal forma que implementar sistemas de aseguramiento de la inocuidad de los alimentos y bebidas, es una responsabilidad que los empresarios y gerentes de las empresas vallartenses no deben eludir.

En este sentido, la implementación del Distintivo H es un instrumento que genera confianza a los consumidores. Este programa de higiene debe representar la base en los negocios del ramo, lo cual generará una cultura de calidad en el servicio necesaria para consolidar el destino de Puerto Vallarta ante los competidores.

Uno de los retos más importantes que el puerto enfrenta respecto a la implantación del Programa H, es que más del 95% de los restaurantes y bares son micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes) y por lo tanto, muchos de ellos no cuentan con los espacios, instalaciones, equipos y capital humano necesarios para ostentar el Distintivo H. Para resolver esta situación, es preciso diseñar y poner en marcha un programa de higiene acorde a las condiciones de estas empresas, principalmente micros y pequeñas, que por sus condiciones no pueden obtener tal distintivo, pero sí es posible que realicen buenas prácticas de manipulación (BPM) de los alimentos.

5.3.3. Punto Limpio

Este programa surge en respuesta a la pandemia experimentada en México por el virus AH1N1 en el año 2009. El sello *Punto Limpio*, es un reconocimiento que otorga la SECTUR a las empresas que se caracterizan por su calidad.

En el 2013, Jalisco ocupaba el 2º lugar a nivel nacional en número de establecimientos certificados con el sello *Punto Limpio*, con 154 establecimientos. Esto representa un 15% de un total de 1,008 empresas certificadas en todo el país que obtuvieron dicha certificación. De las 154 empresas certificadas con este distintivo a nivel estatal, 30 se ubican en Puerto Vallarta, lo que representa un 19% del total en el estado, sin embargo, y a pesar de su reciente creación, su impacto en el destino es bastante magro al considerar que existen por lo menos 1,174 empresas que ofrecen servicios turísticos básicos como son el hospedaje y alimentos y bebidas, en este caso el número de negocios que han obtenido el sello Punto Limpio representa tan solo el 2.5%.

Para que el escenario deseable se realice, es decir, que en un lapso de 5 años al menos el 50% de establecimientos obtenga tal certificación, deben generarse e implementarse acciones que contrarresten la falta de cultura e interés de los empresarios sobre la limpieza e higiene en sus negocios, acciones destinadas no sólo a la promoción del programa sino a la capacitación especializada, y para lograrlo se puede involucrar a las instituciones de educación técnica y superior en turismo, principalmente aquellas que ofertan cursos especializados en el servicios de alimentos y bebidas, así como en seguridad e higiene. Esto sí es posible realizarlo y disminuiría el costo de su ejecución, además fomentaría la vinculación, investigación y acercamiento entre las universidades y las empresas del ramo mejorando así la competitividad del destino al contar con establecimientos y talento laboral cualificados en el servicio turístico.

TABLA 5.6. Distintivos "PUNTO LIMPIO" otorgados a nivel nacional en 2013

No.	Estado	Otorgados	No.	Estado	Otorgados
1	Chiapas	185	11	Nuevo León	25
2	Jalisco	154	12	Quintana Roo	17
3	Hidalgo	132	13	Tamaulipas	12
4	Coahuila	112	14	Distrito Federal	11
5	Sonora	110	15	Colima	10
6	Chihuahua	81	16	Durango	6
7	Veracruz	45	17	Oaxaca	6
8	San Luis Potosí	38	18	Puebla	2
9	Estado de México	32	19	Veracruz	1
10	Morelos	28	20	Campeche	1
Total					1,008
Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR (2013).					

6. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

La experiencia del turismo en el contexto nacional ha permitido posicionarlo en un lugar importante en el mercado de los viajes y la hospitalidad, gracias al apoyo de los gobiernos y a la participación del sector privado y de la propia comunidad. Hoy en día, en México se considera como una actividad económica con gran relevancia en la generación de riqueza y bienestar social, debido a que el turismo ha influido también en la mejora de la infraestructura y la imagen urbana de diversos destinos, así como en el fomento de las artes y la cultura en general.

No obstante, parece que nuestro país no ha sabido aprovechar del todo los beneficios que se derivan de la actividad turística; lejos de mejorar, siguen profundizándose los problemas que enfrenta ante el mundo globalizado y competitivo, por el progresivo deterioro de los recursos naturales y el incremento de la inseguridad. A estos problemas se suman otros, no menos graves, como la insuficiencia y mala calidad de la infraestructura carretera, portuaria, aeroportuaria y de servicios, así como la falta de una adecuada planeación de este sector a largo plazo.

Ante este panorama, se puede considerar que una posible solución sería la reactivación y diversificación de productos turísticos, a partir del rediseño de nuevas formas de gestión y operación del sistema turístico, en el marco de una planeación integral de destinos con potencial.

6.1. Normatividad turística en el contexto nacional

En México, el marco jurídico en materia turística se basa en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917, concretamente en el artículo 25, que señala al Estado como *responsable de la rectoría del desarrollo nacional*; y el 115, que define al municipio como *una entidad básica para la organización territorial del Estado dotado de organización política autónoma*.

En este contexto, la Ley Federal de Turismo -y su reglamento- tienen como objetivo principal programar la actividad turística y, al mismo tiempo, mejorar las condiciones de vida de los habitantes de zonas con vocación turística, coordinadamente entre las instancias federales, estatales y municipales.

El artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, atribuye a la SECTUR la responsabilidad de conducir y formular la política de desarrollo de las actividad turística nacional; regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo; y vigilar su cumplimiento en coordinación con las

dependencias y entidades de la administración pública federal y con las autoridades estatales y municipales; entre otras funciones.

Para el desarrollo de zonas turísticas se debe retomar lo señalado en la Ley General de Bienes Nacionales (cuyo objetivo es delimitar los bienes patrimonio de la nación), así como la Ley Federal sobre Monumentos y Sitios Arqueológicos, Artísticos e Históricos, para la investigación, protección, conservación, restauración y rescate de estas zonas. Por otro lado, la Ley Federal de Derechos establece las cuotas por el uso y aprovechamiento de los bienes nacionales, así como por recibir servicios que presta el Estado. A través de Registro Nacional de Turismo, la SECTUR tiene a su cargo la inscripción voluntaria de los prestadores de servicios turísticos de todo el país.

De conformidad con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, la SECTUR emite normas oficiales mexicanas que son regulaciones técnicas que establecen especificidades y procedimientos para garantizar que los servicios cumplan, en el contexto de los propósitos y funciones para los que fueron diseñados, con una adecuada información, seguridad y protección al usuario-turista. Sin duda, esto favorece el logro de una mejor información y seguridad en el mercado turístico, impactando en la calidad de la prestación del servicio.

En lo que respecta a los planes y programas emitidos por la administración pública federal, la Política Nacional Turística (PNT) propuesta por el gobierno del Presidente Enrique Peña Nieto en 2013, plantea la ejecución de estrategias alineadas a cuatro directrices principales:

La primera de ellas, *Ordenamiento y Transformación Sectorial*, planea la creación de un Gabinete Turístico cuya función primordial será la conjunción de los distintos órdenes de gobierno y la participación activa de las dependencias federales con incidencias en el sector.

La Innovación y la Competitividad conforman la segunda directriz de la PNT actual. A través de éstas, se busca diversificar la oferta turística y consolidar los destinos turísticos ya existentes.

En tercer lugar, el *Fomento y la Promoción* juegan un papel determinante como agentes proactivos y facilitadores de los esfuerzos privados.

Por último, la cuarta directriz, *Sustentabilidad y Beneficio Social*, plantea la necesidad de una industria turística limpia, que proteja el patrimonio natural, histórico y cultural del país. Además, establece entre sus objetivos, la

consolidación de un turismo social accesible e inclusivo para la mayor parte de la población.

6.1.1. Normatividad turística en el contexto estatal

A nivel estatal, la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) es responsable de planear, promover y fomentar el desarrollo turístico en el estado. A través de esta dependencia se busca el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, sujetándose a las directrices, políticas, estrategias y líneas de acción planteadas desde el ámbito federal.

La Ley de Promoción Turística de Jalisco es la encargada de establecer las bases para fomentar el turismo nacional y extranjero que arriba a la entidad. Dicha iniciativa, a diferencia de decretos anteriores, convenios o planes institucionales, contempla propiciar la creación de instrumentos de financiamiento que permitan la modernización productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Esta ley, promueve la creación de fideicomisos cuyo objetivo es fomentar y participar en la programación y el desarrollo turístico para atender las necesidades regionales y promover aquellas zonas de interés, tomando en cuenta las tendencias recientes del mercado.

El presupuesto que se asigna a esta actividad se sujeta a lo que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público del Estado de Jalisco. En relación a esto, según cifras presentadas por la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas de esta entidad, para el 2013 se asignó un presupuesto inicial de casi 186 millones de pesos para el *desarrollo y fomento al turismo*, lo que representa apenas el 0.23% del presupuesto público total destinado para este mismo año (Gobierno de Jalisco, 2013).

6.1.2. Normatividad turística en la esfera local

A nivel local, las Direcciones de Turismo de los gobiernos locales actúan de manera coordinada con la SECTURJAL para controlar y regular toda clase de actividad que promueva, difunda y fomente el turismo en el municipio. Así mismo, actúan de manera coordinada con dependencias públicas relacionadas con la prestación de servicios turísticos, entre ellas: la Oficialía Mayor de Padrón y Licencias, la Dirección de Promoción y Desarrollo Económico, la Dirección de Desarrollo Social y la Dirección de Seguridad Pública.

El Reglamento de Turismo para el Municipio de Puerto Vallarta es un documento de orden público e interés social que tiene como fin establecer un marco regulatorio que permita impulsar el turismo como eje estratégico de la economía

local; de igual forma, busca ordenar la actividad turística atendiendo a la realidad económica, social, medioambiental y cultural del municipio. Dicho reglamento, faculta a la Dirección de Turismo Municipal para coordinar con las autoridades estatales y federales del ramo la realización de actividades que fomenten y protejan el turismo que se desarrolla en el ámbito municipal. Además, le confiere la obligación, entre otras, de elaborar el Plan Municipal de Turismo con el apoyo y asesoría del Consejo Consultivo de Turismo Municipal (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2013).

Por su parte, el Consejo Consultivo de Turismo Municipal es un organismo facultado para coadyuvar, coordinar, proponer y formular estrategias y acciones de la administración pública del municipio, con la finalidad de desarrollar íntegramente las actividades turísticas del mismo. De acuerdo al reglamento, este órgano es presidido por el Presidente Municipal en función, y está integrado por determinados funcionarios designados por este último. Así mismo, entidades del sector privado y social están autorizadas a participar, con derecho a voz, en las asambleas de dicho consejo (*Ibídem*).

Otra de las funciones principales de las dependencias de turismo a nivel local, es la de alinear sus planes de desarrollo, con base a las políticas dictadas desde el ámbito federal, específicamente respecto al PNT. El *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015* para Puerto Vallarta es un documento que diagnostica la situación actual del municipio en materia de economía, sociedad, institucionalidad y medio ambiente. Dada la condición del municipio como destino turístico por excelencia, este instrumento debe proveer alternativas de vinculación entre el desarrollo social y el turismo. El principal objetivo estratégico del plan es consolidar a Puerto Vallarta como una ciudad con altos niveles de bienestar social y uno de los mejores destinos del Pacífico Mexicano. Entre los objetivos específicos más importantes figura la unificación de la ciudad turística y la habitacional, acortando la brecha de desigualdad y disminuyendo las condiciones de marginación social que existen en la actualidad.

6.2. Gestión pública del turismo: México en el contexto internacional

El investigador Schwab (2011) publicó un informe, a través del Foro Económico Mundial, donde se evalúa la competitividad de 139 países en materia de viajes y turismo. En este informe se valoran 14 pilares estratégicos; de los cuales, para efectos del presente análisis, sólo se considera el pilar 5 correspondiente a la *priorización de la actividad turística*. Cabe destacar que dicho pilar integra cinco subíndices, entre ellos: el gasto público destinado al sector, la integralidad para

proporcionar los datos anualmente y la puntualidad para generar informes mensuales o trimestrales (véase Tabla 6.1.).

Tabla 6.1. Competitividad turística de México a escala global: la priorización del sector	
Pilar/Subíndice	Posición (de 139 países)
5.00 Priorización de la actividad turística	30
5.01 Priorización gubernamental hacia la industria turística.	45
5.02 Gasto público destinado al turismo.	40
5.03 Eficacia de marketing y branding.	48
5.04 La integralidad de los datos anuales en materia de viajes y turismo.	15
5.05 La puntualidad de proporcionar mensual o trimestralmente datos de la actividad turística.	12

Fuente: Elaboración propia con base en información de Schwab (2011: 273)

Por su parte, Costa Rica ocupó la posición 13 en el subíndice de priorización de la actividad turística, lo que significa 32 lugares por encima de México. De igual forma, en lo que respecta a la asignación del gasto público en materia de turismo, México se emplazó 26 lugares por debajo de su homólogo centroamericano, lo que demuestra una clara deficiencia en la gestión pública del turismo en México.

De acuerdo a datos publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF), para el 2013 se asignaron poco más de cinco mil millones de pesos para el ejercicio de la SECTUR; sin embargo, esta cantidad representa apenas el 0.13% del total del presupuesto federal destinado para este mismo año.

Puede deducirse que esta asignación mínima de recursos se relaciona directamente con el bajo impacto de las campañas de promoción turística que encabeza la SECTUR. En este sentido, de acuerdo al informe de Schwab (2011), México se ubica en la posición 48 en lo concerniente a la efectividad del marketing y el branding, muy por debajo de países como España, Puerto Rico e incluso Sudáfrica. Por otro lado, en el subíndice correspondiente a la puntualidad para proporcionar datos referentes a la actividad turística, México se ubicó mejor en la clasificación, al estar en la posición 12, igual que Panamá.

De manera general, Mauritania encabeza el *ranking* correspondiente a la priorización del sector turístico. Vale la pena mencionar que este país africano posee una oficina de turismo compuesta por tres divisiones que abarcan la planeación, el desarrollo y el fomento de los productos turísticos que se ofertan en

la región. La SECTUR, por su parte, posee diez direcciones internas, además de otras entidades específicas; sin embargo, México se ubica en la posición 30 en esta misma variable, lo cual denota carencias significativas en la gestión que encabeza la dependencia responsable del turismo nacional.

6.3. Gestión del turismo en Puerto Vallarta

En las últimas décadas, el turismo ha experimentado cambios profundos motivados por las nuevas circunstancias del entorno, sobre todo en los hábitos de los consumidores; la aparición de un nuevo perfil de turista, más culto, más exigente y con distintas motivaciones; el surgimiento de destinos más competitivos en calidad y precios, y en particular con estabilidad política y mejor seguridad; la potenciación de lugares que ofrecen infraestructura y medios de transporte especializados de alto nivel; el desarrollo e implementación de estrategias de captación y atención al cliente, basadas en la capacitación y la concientización; así como en los avances tecnológicos; entre otros.

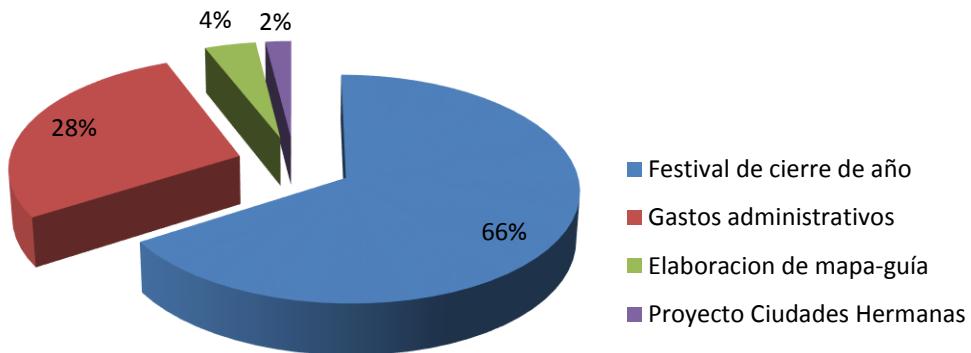
Esta situación ha motivado que sea cuestionado el modelo tradicional de organización y operación turística en Jalisco y en algunos de sus principales destinos como Puerto Vallarta. Por ello, este centro de playa jalisciense tiene la tarea de superar la etapa de promoción y relaciones públicas, como única actividad desarrollada desde el ámbito estatal, y empezar a realizar tareas de planificación estratégica sustentable y de gestión de nuevos productos turísticos.

6.3.1. Gestión desde el sector público

En términos generales, al sector público le corresponde el diseño, la implementación y la evaluación de políticas públicas que contribuyan al mejoramiento de las prácticas turísticas. Al mismo tiempo, es el encargado de evaluar, financiar y ejecutar proyectos de inversión que impulsen y reactiven la actividad turística en los destinos.

En este sentido, de acuerdo a cifras proporcionadas por la Dirección de Turismo Municipal de Puerto Vallarta, del total del presupuesto asignado para el 2012, más del 66% se destina a la realización del evento de fin de año donde se promueven programas culturales y de entretenimiento con iluminación pirotécnica. Sorprende que sólo un 4% del presupuesto de esta dependencia municipal se destine a la elaboración de mapas-guía que proporcione referencias confiables para el turista (véase Gráfica 6.1.).

GRÁFIICA 6.1. Distribución del presupuesto, Dirección Municipal de Turismo, Puerto Vallarta 2012



Fuente: Elaboración propia con base en información de la Dirección de

Cabe destacar que durante el año 2012, la Dirección de Turismo Municipal efectuó sólo tres acciones concretas en materia de promoción y fomento de la actividad turística; lo que refleja deficiencias significativas en la gestión gubernamental del sector.

Para el 2013, de acuerdo al sitio oficial del *Sistema de Evaluación Municipal 2012-2015*, la Dirección de Turismo de Puerto Vallarta cuenta con ocho proyectos vigentes de impulso a la actividad turística. Entre ellos, resalta el cumplimiento al 100% en la elaboración de un inventario de atractivos y actividades con los que cuenta el municipio. En la Tabla 6.2, según este sistema de evaluación, se observa el estado de avance de los proyectos encabezados por dicha dependencia.

Por su parte, el proyecto de apoyo a *Cámaras y Asociaciones Turísticas* incluye, entre otras cosas, la realización de fiestas mexicanas, recorridos turísticos guiados y tianguis culturales. De igual forma, mediante la iniciativa de atención a la franja turística, la Dirección de Turismo del municipio plantea la instauración de códigos QR (quick response code) módulos para la campaña *Comparte Vallarta* (consistente en que el turista se tome la foto y la comparta en redes sociales) y señalética en el Centro Histórico de Puerto Vallarta.

TABLA 6.2. Avance de los proyectos encabezados por la Dirección de Turismo Municipal de Puerto Vallarta 2012-2015

Proyecto	Avance (%)
• Apoyo a cámaras y asociaciones turísticas.	74.8
• Atención adecuada en la franja turística.	66.7
• Atención de turistas en oficinas y módulos. Diseñar, editar y distribuir mapas-guía.	82.5
• Celebración del Día Internacional de Turismo. Lanzamiento del programa “ <i>Sabías que</i> ”, el cual contiene datos históricos de Puerto Vallarta.	25.0
• Festival de fin de año.	0.0
• Levantamiento de inventario de actividades y atractivos turísticos del municipio.	100.0
• Organización y coordinación de actividades del Comité de Ciudades Urbanas.	61.1
• Promoción de la ciudad a través de la asistencia a ferias nacionales e internacionales del sector, así como la filmación de medios audiovisuales.	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por el Sistema de Evaluación Municipal 2012-2015 (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2012).

En lo que respecta al proyecto de diseño, edición y distribución del mapa-guía del destino Puerto Vallarta, hasta el mes de julio del 2013 se habían entregado poco más de 7 mil unidades entre los cuatro módulos y oficinas de atención, con un alcance de 35 mil 408 visitantes atendidos.

Para evaluar la gestión gubernamental del municipio se utilizó como referencia la *Agenda desde lo Local*. Dicho programa, desarrollado por la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), permite evaluar la calidad del desempeño de las administraciones municipales mediante un indicador que señala el grado en que se cumplen las funciones y responsabilidades. Al mismo tiempo que optimiza la detección de áreas de oportunidad donde la gestión municipal debe mejorar. Para efectos del presente diagnóstico se tomaron en cuenta cuatro indicadores evaluados por medio de este instrumento, a saber: 1.1. Municipio administrado con responsabilidad, 1.2. Municipio asociado y vinculado, 2.5. Municipio promotor del turismo, y 4.3. Municipio cuidadoso de su imagen.

Durante el año 2012 en el indicador correspondiente a *Municipio asociado y vinculado*, Puerto Vallarta obtuvo la clasificación de “amarillo”; lo cual denota la deficiente relación entre las diversas dependencias de la administración municipal. En las otras variables, *Administración responsable, Promoción de turismo y*

Cuidado de la imagen urbana, al contrario, este destino jalisciense consiguió calificaciones positivas, lo que refleja una clara orientación turística de Vallarta.

En resumen, este municipio participa muy activamente en labores de gestión y promoción turística, fruto de la importancia que tiene esta actividad. No obstante, aún queda mucho camino por recorrer, pues existe una escasa intervención del gobierno local en cuanto a planificación y a gestión integral del sector, como se puede apreciar en el presupuesto asignado a la Dirección de Turismo Municipal y su distribución en las diferentes partidas.

6.3.2. Sector privado

La Cámara Nacional de Comercio, Turismo y Servicios de Puerto Vallarta representa y defiende los intereses de empresas y empresarios que ejercen actividades correspondientes al sector terciario. Así mismo, ofrece servicios de consultoría con el fin de promover la modernización y la competitividad de los pequeños, medianos y grandes negocios.

Por su parte, la Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta tiene como objetivo unificar la hotelería que se desarrolla en el destino, mediante la toma de decisiones por consenso. Agrupa a todos los propietarios, operadores y administradores de hoteles y moteles establecidos en el municipio de Puerto Vallarta. Esta asociación, además promueve la actividad turística.

Actualmente, la asociación agrupa a 35 empresas de hospedaje de todas las categorías y representa legalmente los intereses de sus agremiados. Otros de sus principales propósitos es elevar la afluencia de turistas que se alojan en los establecimientos registrados, así como promocionar la actividad turística del destino en medios nacionales e internacionales. Sin embargo, esta asociación apenas representa el 12% de la totalidad de establecimientos de hospedaje de Puerto Vallarta, lo que indica que el empresariado local no logra generar un amplio consenso asociativo para mejorar la competitividad turística del destino.

Conviene agregar la importancia que para el sector privado tiene la diversificación de la oferta turística en el puerto, ya que muchas empresas locales buscan generar una alternativa al turismo de sol y playa. Para lograrlo se han conformado nuevas rutas y productos turísticos en las cercanías de Puerto Vallarta, como la Sierra Occidental y la Sierra Wixárika, pero teniendo como ancla al sistema productivo local turístico.

6.3.3. Iniciativas ciudadanas de promoción turística

En el caso de Puerto Vallarta no se identificaron personas o asociaciones civiles que promuevan una mejora en la gestión de los atractivos locales o que fomenten alternativas de promoción turística. La ausencia de este tipo de iniciativas civiles podría deberse, por un lado, a la masificación del turismo ya existente en la localidad, que tal vez puede llevar a los ciudadanos a pensar erróneamente que no hay nada más por hacer en este ámbito, que el turismo de masas es un fenómeno dado.

7. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

7.1. Conectividad aérea de Puerto Vallarta

El estado de Jalisco cuenta con 32 aeródromos y dos aeropuertos internacionales ubicados, estos últimos, en Guadalajara y en Puerto Vallarta. En relación al flujo de pasajeros por año, Jalisco ocupa el tercer lugar a nivel nacional, con un total anual de pasajeros de 9'437,775, sólo por debajo de los aeropuertos de la Ciudad de México y Cancún (INEGI, 2012).

El Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta, “Presidente Gustavo Díaz Ordaz”, ocupa el sexto lugar nacional en cuanto a número de pasajeros. Las cifras recientes muestran que un total de 2'562,836 pasajeros pasaron por sus instalaciones, durante el periodo de septiembre 2011-2012. Para este mismo lapso, Puerto Vallarta se situó en el quinto lugar en cuanto a aterrizajes y despegues, con un total de 38,790 movimientos (véase Tabla 7.1.). En lo que respecta al número de pasajeros movilizados, Puerto Vallarta ocupó la tercera posición entre los principales destinos de playa de la República Mexicana, sólo superado por los aeropuertos de Cancún y de Los Cabos.

TABLA 7.1. Pasajeros y movimientos anuales por aeropuerto en México, 2011-2012

Posición	Aeropuerto	Pasajeros	Movimientos
1	Ciudad de México	28,733,306	370,136
2	Cancún	14,129,610	125,061
3	Guadalajara	7,442,124	127,643
4	Monterrey	6,013,041	88,081
5	San José del Cabo	2,950,759	35,662
6	Puerto Vallarta	2,562,836	38,790

Fuente: Elaboración propia con base en información de Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, 2012.

En cuanto a la oferta semanal de número de asientos, Puerto Vallarta ocupa la séptima posición a nivel nacional con 7,140 asientos domésticos y 23,000 asientos internacionales; y el tercer lugar respecto de los destinos de playa, por detrás de Cancún y Los Cabos. Sin duda, Cancún sigue representando un lugar predominante en cuanto a los flujos de turistas extranjeros que llegan al país, con una oferta de asientos que se acerca a los 140,000 por semana. Sin embargo y pese a que Puerto Vallarta tiene una importante oferta de asientos semanales, en el periodo 2007-2011 presentó una disminución promedio del 8% al respecto, mientras en el 2010-2011 no experimentó ningún crecimiento (FONATUR, 2013).

Existen esfuerzos importantes por generar un mayor conocimiento sobre la conectividad aérea que tiene Puerto Vallarta y los distintos factores que afectan a los flujos turísticos. Algunos estudios arrojan información relevante sobre el perfil del viajero en avión, tales como rangos de edad, estado civil, género, lugar de procedencia, lugar donde se alojan y las actividades que realizan, entre otras (Virgen, González y Hernández, 2011). Otros estudios, como el elaborado por la SECTUR (2011), presentan un análisis de tarifas aéreas y de costos de vuelos redondos de ciudades emisoras de turismo internacional hacia los principales destinos turísticos de México, incluyendo Puerto Vallarta. Si bien, estos esfuerzos son importantes y pueden generar información útil para comercializar mejor los destinos turísticos del país, un diagnóstico completo sobre la conectividad aérea y su relación con los flujos turísticos, requiere de información mucho más detallada y compleja.

Se sabe, por ejemplo, que la desregulación⁶ de las líneas aéreas en México ha incrementado el volumen de pasajeros, aunque de manera marginal; sin embargo, este aumento no ha sido condición suficiente para disminuir las tarifas o mejorar la competencia efectiva. Además, se presentan conductas monopólicas de algunas empresas en las 10 rutas principales del país⁷ y en los aeropuertos que funcionan como centros de conexión o *Hubs*.

En México no existe regulación de ningún tipo sobre las tarifas aéreas y, aunque la autoridad náutica pide un registro de las tarifas máximas de las aerolíneas, éstas se pueden modificar cuando se requiera. Esta libertad regulatoria supone que existe competencia efectiva, pero el número de aerolíneas es muy pequeño para que sea real, especialmente si lo comparamos con el número de habitantes y el tamaño del territorio nacional. Además de la libertad en el establecimiento de tarifas, las aerolíneas son las que determinan las rutas, los clientes y los productos a su conveniencia. No hay obligación en cuanto a ciertos servicios mínimos, pero tampoco hay subsidios o algún otro apoyo público (Rico, 2011). Por tanto, a pesar de los esfuerzos de muchos destinos turísticos para que las tarifas aéreas hacia sus ciudades bajen o para que las rutas se incrementen, esto depende en buena

⁶ Desde 1920 hasta 1988 el gobierno de México controlaba los precios de las tarifas aéreas. A partir de este último año se faculta a particulares para que adquieran las líneas aéreas Aeroméxico y Mexicana de Aviación, y se liberaliza las tarifas aéreas en las rutas en donde hay más de un competidor. En 1995, se formaliza el proceso de desregulación de las líneas aéreas de México (Valdés y Ramírez (2011).

⁷ Las 10 principales rutas son: México-Monterrey, México-Tijuana, México-Villahermosa, Hermosillo-México, Cancún-México, Guadalajara-Tijuana, México-Tuxtla Gutiérrez, Guadalajara-México, México-Mérida y Acapulco-México (Valdés y Ramírez (2011).

medida de los flujos de pasajeros que garanticen una capacidad de ocupación mínima de las aeronaves. Hay que tener en cuenta también que el flujo de viajeros de las aeronaves no está condicionado solamente por turistas, sino que existen importantes desplazamientos a diversos destinos por otros motivos (p. ej., hombres de negocios que viajan a ciudades comerciales o industriales).

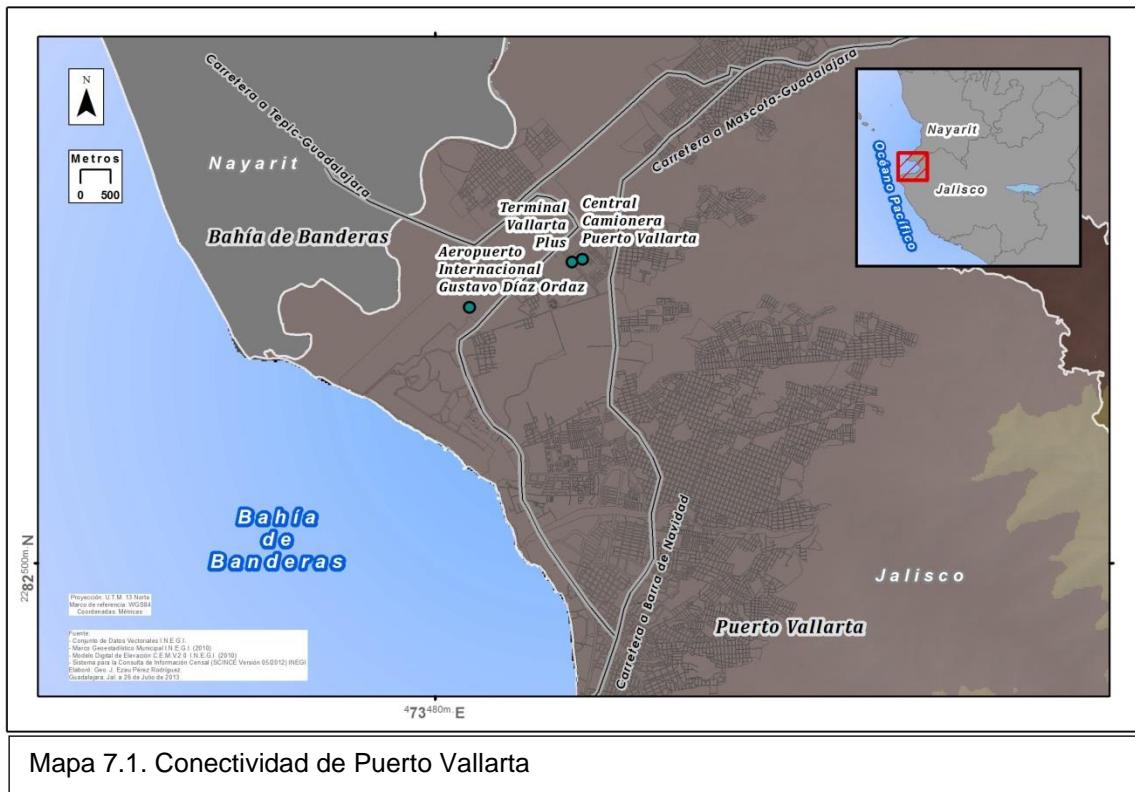
En el caso de los destinos con orientación eminentemente turística, como Puerto Vallarta, las líneas aéreas nacionales e internacionales abren e incrementan sus operaciones cuando los flujos turísticos parecen garantizar operaciones importantes. Pero para que esto suceda, el primer paso es contar con una comercialización adecuada del destino, y negociaciones con operadoras y agencias de viajes.

En cuanto al mercado nacional, está claro que no basta con una adecuada comercialización para que los flujos domésticos hagan uso del servicio aéreo en sus desplazamientos a destinos turísticos como Puerto Vallarta. Es en este punto donde se requiere un análisis más detallado que considere diversos indicadores de análisis económico, tales como el ingreso per cápita de los mexicanos (Valdés y Ramírez, 2011). Si el 96% de los desplazamientos de los mexicanos se hace vía terrestre, según la SCT (2013), es porque la mayoría de los mexicanos no cuentan con los recursos económicos para costear un pasaje de avión. Por tanto, una mejora en el ingreso per cápita y/o una baja en las tarifas aéreas, podría ayudar a que se hagan más desplazamientos por este medio.

7.2. Conectividad carretera de Puerto Vallarta

En Puerto Vallarta existe un gran potencial para aprovechar los paisajes que ofrece la carretera Mascota-Las Palmas-Puerto Vallarta, en el corazón de la Sierra Madre Occidental. Sin embargo, debido a la orografía de la zona y la calidad de la infraestructura, esta vía presenta constantes derrumbes durante el temporal de lluvias.

Las principales vías de acceso a este destino turístico de playa del estado de Jalisco, son la carretera federal, el trayecto Compostela a Puerto Vallarta que continúa al sur hacia Manzanillo; la carretera federal con entronque carretera México; la carretera federal con Melaque a Puerto Vallarta; y la carretera libre que conecta a Puerto Vallarta con Mascota, Talpa, Ameca y Guadalajara (véase Mapa 7.1.).



7.3. Oferta de transporte foráneo en Puerto Vallarta

Puerto Vallarta cuenta con dos terminales de transporte foráneo: la Terminal de Autobuses de Puerto Vallarta y la Terminal Vallarta Plus. La primera ofrece servicios básicos, tales como sanitarios, estacionamiento, área comercial, área de restaurantes, una sala VIP y sitio de taxis. Estos servicios aunque se encuentran en buen estado, la sala de espera carece de asientos suficientes y su oferta de centros de consumo es limitada. Teniendo en cuenta que la terminal de autobuses constituye en muchas ocasiones la primera impresión que tiene un turista del destino que visita, sería necesario realizar una modernización de estas instalaciones para una mejor experiencia del viajero. En cuanto a la Terminal Vallarta Plus, se trata de un sitio a donde llegan exclusivamente los autobuses de la línea Vallarta Plus.

Las empresas de transporte de pasajeros que operan en Puerto Vallarta son: Primera Plus, Enlaces Terrestres Nacionales (ETN), Futura, Pacífico, Transportes y Autobuses del Pacífico (TAP), Elite, Chihuahuenses, Turistar y Vallarta Plus. Los principales destinos a los que estas líneas de autobuses llegan o proceden son: Guadalajara, León, Ciudad de México, Aguascalientes, Tepic, Morelia, Toluca, Querétaro, Zacatecas, Chihuahua y San Luis Potosí.

7.4. Infraestructura portuaria/marítima

El sistema portuario nacional está formado por 117 puertos y terminales, con una longitud total de 213 kilómetros de muelles. De ellos, el 53.7% se localiza en el Océano Pacífico y el 46.5% restante en el Golfo de México y el Caribe. Existen un total de 7.2 millones de metros cuadrados (m^2) de almacenamiento en patios, 67 mil m^2 de cobertizos y 545 mil m^2 más para el área de bodegas (CMIC, 2013; SCT, 2009).

De los 117 puertos y terminales habilitados a nivel nacional, sólo 20 de ellos cuentan con arribo de cruceros: 7 sobre el litoral del Golfo de México y el Caribe, y 13 sobre el Océano Pacífico. Los puertos de Cabo San Lucas, Puerto Vallarta, Ixtapa-Zihuatanejo, Huatulco, Cozumel, Playa del Carmen y Costa Maya son utilizados casi de manera exclusiva para transporte de pasajeros. En los 13 puertos restantes, el turismo de cruceros resulta complementario a su principal actividad que es el transporte de carga: de granel agrícola, industrial, petrolera y comercial (Martínez, 2011).

Los puertos y terminales del país tienen distintos tipos de concesiones. De los 20 destinos para cruceros, 19 son concesionados a la Administración Portuaria Integral (API): 10 son federales, 3 paraestatales (FONATUR), 1 privado y 5 estatales. La terminal de cruceros de Costa Maya es la única que no es administrada por API (véase Tabla 7.2.).

TABLA 7.2. Administración de los Puertos y Terminales de Cruceros en México

Tipo de concesión	Ubicación
Administración Portuaria Integral: FEDERAL	Ensenada, B.C. * Guaymas, SON. Topolobampo, SIN. Mazatlán, SIN. Puerto Vallarta, JAL. Manzanillo, COL. Puerto Chiapas, CHIS. Veracruz, VER. Dos Bocas, TAB. Progreso, YUC. *
Administración Portuaria Integral: FONATUR	Cabo San Lucas, B.C.S. Ixtapa-Zihuatanejo, GRO. Huatulco, OAX.
Administración Portuaria Integral: ESTATAL	Pichilingue-La Paz, B.C.S. Loreto, B.C.S. Cozumel, Q. R. * Punta Venado, Q.R. * Playa del Carmen, Q.R.
Administración Portuaria Integral: PRIVADA	Acapulco, GRO. *
No administrada por Administración Portuaria Integral (particular)	Terminal Costa Maya en Mahahual, Q.R.
* Poseen terminales de cruceros concesionadas a particulares. Fuente: Elaboración propia con base en información de Martínez (2011: 22).	

7.4.1. La infraestructura portuaria/marítima de Puerto Vallarta

Puerto Vallarta pertenece a la ruta llamada “Triángulo de Oro”, que normalmente incluye a los destinos de Los Cabos, Mazatlán y Puerto Vallarta. Los puertos de embarque son, por lo regular, Los Ángeles y San Diego en los Estados Unidos. La ruta de la Riviera Mexicana representa aproximadamente el 6.5% del tráfico de cruceros a nivel mundial (SECTURJAL, 2011).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Puerto Vallarta se ubicó en el 2011 en el tercer lugar en movimiento marítimo de pasajeros de crucero a nivel nacional (véase Tabla 7.3.). La terminal para cruceros

cuenta con una superficie de 106 mil kilómetros cuadrados, y tiene una capacidad de atraque simultáneo de tres barcos (INEGI, 2012).

Concepto	Nacional	Jalisco	Lugar nacional
Puertos y terminales portuarias	117	2	15 de 17
Longitud de atraque (m) (a)	212,579	13,807	9 de 17
Carga marítima registrada (miles de toneladas). De altura	208,065	0	—
Carga marítima registrada (miles de toneladas). De cabotaje	74,743	0	—
Movimiento marítimo de pasajeros (b)	5'661,652	441	3 de 14
Cruceros		297	
Movimiento marítimo de pasajeros (c)	5'152,080	0	—
Transbordadores			
(a) Comprende las dedicadas a las actividades comerciales, pesqueras, turísticas, de PEMEX, de la armada y otras.			
(b) Corresponde al flujo de pasajeros. El doble de esta cantidad corresponde a la suma de pasajeros embarcados y desembarcados.			
(c) Incluye movimientos de costeros.			

Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI (2012).

Además de la terminal para cruceros se cuenta con una marina turística con capacidad para 353 posiciones (longitud de 22-120") y un centro marino (astillero) con capacidad para más de 700 embarcaciones. La marina turística es un desarrollo residencial turístico ubicado en Marina Vallarta, que además de las 353 posiciones con las que cuenta, ofrece los servicios de baños y regaderas, lavandería, estacionamiento, vigilancia las 24 horas, agua, electricidad, restaurantes y comercios (SECTURJAL, 2011).

El centro marino llamado “Opequimar” (astillero) se encuentra ubicado también en Marina Vallarta, y cuenta con servicios varios, tales como: área de marina seca, *travelift*, estación de combustible, ferretería náutica, rampa-pluma, renta de *lockers* y locales, grúa hidráulica, renta de muelles, pensión, estacionamiento, red de hidrantes, seguridad y rescate marítimo. Además posee talleres especializados en carpintería, pintura, fibra de vidrio y tapicería; así como en reparación de velas, de instalaciones eléctricas, soldadura y motores (*Ibidem*). En la misma zona del astillero se localiza el club de Yates con servicio en el muelle de bar, *lounge* y espacio para eventos sociales.

En el contexto nacional, para el año 2008, Cozumel fue el puerto que registró el mayor número de llegadas en crucero con 2.6 millones de pasajeros, lo que representó el 41.5% del total de cruceristas que arribaron en ese año a nuestro país. Cabo San Lucas ocupó el segundo lugar con 819 mil pasajeros (13.2%), Ensenada con 652 mil pasajeros (10.5%), Puerto Vallarta con 596 mil pasajeros (9.6%) y Mazatlán con 532 mil pasajeros (8.6%) (SECTURJAL, 2011).

En el 2010 fueron reportados un total de 229 arribos de cruceros a Vallarta. De estos, la empresa naviera que más visitas realizó al puerto fue *Royal Caribbean*, con el barco *Mariner of the Seas*, que tiene una capacidad para 3,138 pasajeros; el cual llegó 55 veces en ese año (véase Tabla 7.4.).

TABLA 7.4. Actividad de cruceros en Puerto Vallarta, 2010					
Barco	Naviera	Procedencia	Destino	Capacidad de pasajeros	Arribos
<i>Mariner of the seas</i>	<i>Royal Caribbean</i>	Mazatlán	Los Ángeles	3,138	55
<i>Carnival Splendor</i>	<i>Carnival</i>	Los Ángeles	Mazatlán	3,200	52
<i>Oosterdam</i> <i>Radiance of the seas</i>	<i>Holland</i>	Mazatlán	Cabo San Lucas	1,848	24
<i>Sapphire Princess</i>	<i>Princess</i>	Los Ángeles	Mazatlán	2,800	23
<i>Norwegian star</i>	<i>Norwegian</i>	Mazatlán	Los Ángeles	294	18
<i>Ocean dream</i>	<i>Pullmantur</i>	Cabo San Lucas	Acapulco	1,422	9
Otros	-----	-----	-----	-----	48
TOTAL					229
Fuente: Elaboración propia con base en información de SECTURJAL (2011: 41).					

7.4.2. Vulnerabilidad de la industria de cruceros y su competitividad

La industria de cruceros a nivel mundial crece a una tasa media anual del 7.2% desde 1990, y más de un 70% de los cruceristas corresponde al mercado estadounidense. Según la *Florida-Caribbean Cruise Association* (FCCA), el 40%

de sus pasajeros escogen para sus siguientes vacaciones destinos que fueron visitados en su viaje de crucero, lo que hace que todos los puertos de ruta, como Puerto Vallarta, puedan ser considerados para futuras visitas por parte de los cruceristas (FCCA, 2009).

En el 2005, México fue el primer destino mundial en recepción de cruceros: arribaron casi 7 millones de pasajeros, que representaron una cuota del 60% del mercado global (Martínez, 2011). A partir del año 2006, sin embargo, hubo una disminución significativa en estos flujos de pasajeros a México; aún así, el país sigue siendo uno de los principales puertos en ruta en el ámbito mundial. Entre el 2000 y el 2008 las rutas mexicanas visitadas en el Pacífico aumentaron un 140%, y las rutas en el Golfo de México y el Caribe crecieron un 62% (SECTURJAL, 2011).

La industria de cruceros es muy vulnerable a factores externos, siendo cuatro los motivos principales por los que México presentó una disminución importante de cruceros en el 2006 de la que todavía no logra recuperarse (Martínez, 2011; SECTURJAL, 2011):

El primer factor se relaciona con los impactos de huracanes de categoría cinco en la zona del Caribe Mexicano (p. ej. *Wilma* en 2005 y *Dean* en 2007). Estos huracanes afectaron considerablemente la infraestructura portuaria de esa región y, en consecuencia, disminuyeron las rutas de cruceros.

El segundo factor tuvo que ver con la contingencia sanitaria del virus de influenza AH1N1 en 2009. Estados Unidos, el principal mercado de viajes en crucero, emitió una alerta de viaje, y México no recibió cruceros en ningún puerto nacional durante cinco semanas de abril a mayo de 2009 (Martínez, 2011).

El tercer factor surge a finales del 2008 con la crisis económica, seguida por la recesión económica mundial, que impactó el mercado mundial de cruceros, particularmente el estadounidense (FCCA, 2009).

El cuarto factor es la violencia e inseguridad. En el 2010 Estados Unidos emitió un aviso de viaje en el que informaba sobre varios incidentes de inseguridad que habían afectado a turistas que visitaron los puertos de Mazatlán y Acapulco. Esto afectó drásticamente el flujo de cruceros, principalmente en la costa del Pacífico, donde se cancelaron varias visitas a puertos en ruta de esta región (Martínez, 2011).

Si se piensa hacer que la infraestructura portuaria de Puerto Vallarta sea más competitiva a nivel mundial, se deben realizar mejoras en las terminales marítimas regionales, ya que su competitividad en ruta no depende exclusivamente del desempeño de un puerto en específico, sino de varios en interacción. Por ejemplo, Los Cabos, Mazatlán y Puerto Vallarta son destinos interdependientes, de forma que lo que afecta a uno de ellos afectará eventualmente a los otros. Al parecer, uno de los principales obstáculos para que estos destinos de playa mexicanos sean más competitivos es la falta de coordinación entre los mismos puertos que integran las rutas de cruceros en el Pacífico, junto con la escasa diferenciación de la oferta turística que tienen estos tres puertos (Martínez, 2011; SECTURJAL, 2011).

Otro aspecto a considerar, es la tendencia global de construir naves más grandes; es decir *macro buques* que requieren de instalaciones portuarias de enorme capacidad. Si bien es cierto que estos *mega cruceros* aún no representan un porcentaje importante con respecto al total de la flota de cruceros a nivel mundial, se espera que esto cambie en el mediano plazo. Puerto Vallarta necesita aumentar su capacidad de recepción, ya que sólo los puertos con capacidad para grandes embarcaciones, podrán ser incluidos en las rutas de viaje de estos cruceros.

7.5. Movilidad urbana

La cabecera municipal de Puerto Vallarta concentra cerca del 80% del total de habitantes del municipio, con más de 255 mil personas y con un crecimiento poblacional anual del 3% en la última década (SECTURJAL, s/f, a). La estructura vial se basa en las vialidades primarias que corren a lo largo del perfil costero (paralelas a la costa). El resto de la trama la conforman vialidades secundarias, muchas de ellas estrechas y sin continuidad, dada la topografía de los cerros que limitan las posibilidades de acceso a la zona central.

El número de estacionamientos en el centro de la ciudad (600 cajones aproximadamente), son insuficientes para la estadía de vehículos en el área. Cabe señalar que el parque vehicular registrado en la totalidad de Bahía de Banderas (incluyendo al municipio de Bahía de Banderas, Nayarit), es de 19,220 automóviles. En lo que respecta a los flujos, la carretera 200 (federal) presenta en promedio un tránsito diario de aproximadamente 5 mil vehículos (Banco de Desarrollo de América Latina, 2011).

La infraestructura terrestre puede considerarse en términos generales como satisfactoria, siendo importante la pronta finalización de la autopista Jala-Puerto Vallarta, en la que se planea la construcción de dos nuevos carriles a lo largo de 35 kilómetros, lo que reduciría el tiempo de recorrido de Guadalajara a Puerto Vallarta a 2 horas y 30 minutos. Otras obras que mejorarían las comunicaciones de esta zona son: la construcción del macro libramiento de la ciudad, con el objetivo de “descongestionar” los ingresos y salidas; la construcción del *Puente de los Tamarindos* sobre el Río Ameca, que ayudaría a descongestionar la principal entrada a Puerto Vallarta; la rehabilitación de la carretera 200 hacia el sur de la cabecera municipal, para promover una mayor visita a los diferentes atractivos que se encuentran en esa zona, así como mejorar la conectividad con la Costa Sur de Jalisco.

7.5.1. Transporte público

De acuerdo con información proporcionada por el Centro Estatal de Investigación de la Vialidad y el Transporte (CEIT), actualmente operan en el puerto tres empresas que prestan los servicios de transporte público: la *Alianza de Transportistas Vallartenses, A. C.* y la *Unión de Permisionarios Fundadores del Servicio Urbano y Suburbano de Puerto Vallarta, A. C.*, ambas como empresas particulares; además de la paraestatal *Sistema de Transporte Colectivo de la Zona Metropolitana (SISTECOZOME)*.

La cobertura del transporte público urbano se realiza con un total de 48 rutas registradas. La asignación por empresa se distribuye de la siguiente manera: la Unión de Permisionarios maneja 23 rutas con 132 unidades en servicio; el SISTECOZOME administra 13 rutas, de las cuales 10 se encuentran concesionadas al servicio subrogado y concentra la mayor cantidad del parque vehicular con 153 unidades; y, por último, la Alianza de Transportistas tiene asignadas 12 rutas que opera con 80 vehículos. En términos porcentuales, la Unión de Permisionarios concentra el 48% de la oferta de rutas del transporte público, no obstante que su flotilla sólo constituye el 36% del parque vehicular. Por otro lado, el SISTECOZOME, aunque sólo cubre el 27% de los trayectos de la red, emplea para su operación el 42% de las unidades en servicio. Finalmente, la asignación de rutas para la Alianza de Transportistas representa el 25% del mercado, mismo que atiende con el 22% del total de unidades destinadas al transporte colectivo (CEIT).

Sin embargo, pese a que la ciudad de Puerto Vallarta se encuentra prácticamente cubierta en cuanto a transporte público mediante las rutas mencionadas, este

servicio es considerado por una gran cantidad de personas como muy malo dado el estado de las unidades, el trato de los operadores, las altas tarifas y la carencia de horarios fijos. De ahí que sea uno de los problemas urbanos más importantes y urgentes de solucionar.

Puerto Vallarta presenta una distribución heterogénea respecto a la cobertura de la red del transporte público. La concentración de rutas no sólo genera congestionamientos viales en intersecciones y ciertas zonas de la ciudad, sino que algunas áreas muestran una mayor frecuencia de servicio que otras. En los espacios centrales, la oferta de rutas es muy amplia, mientras que en la periferia la disponibilidad de unidades de transporte es escasa y representa un déficit en la cobertura urbana.

Por tanto, uno de los principales problemas viales que afronta Vallarta es la saturación de rutas del transporte público en algunas zonas y cruceros de la ciudad. Tan sólo en el centro histórico convergen 32 rutas, lo que representa más del 66% del total que integra la red. Sobre el ingreso al puerto, a la altura del crucero de la localidad Las Juntas, se registran 9 rutas. Por avenida Francisco Medina Ascencio, a la altura de La Marina, se registran 11 rutas. A lo largo del Libramiento transitán hasta 17 rutas por sentido; y en la salida a Boca de Tomatlán circulan 3 rutas por sentido. Otra de las muchas zonas de la ciudad que concentran intensas cargas de transporte público es la colonia Emiliano Zapata, con 27 rutas de un total de 48 registradas.

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

8.1. Agua potable, saneamiento y tratamiento de aguas residuales

A nivel estatal, Jalisco cuenta con una cobertura poblacional de agua entubada del 94.2% y de drenaje del 97.4%. El consumo per cápita de agua al día es de 246 litros, cifra por debajo de la media nacional (INEGI, 2012).

Al igual que esta entidad, Vallarta presenta altos porcentajes en la dotación de agua potable y drenaje (véase Tabla 8.1.). En el centro histórico del puerto existe una cobertura del 98.3% en abastecimiento de agua potable y 99.2% en el servicio de drenaje (SECTURJAL, n/f, a).

TABLA 8.1. Servicios de agua, alcantarillado y saneamiento			
Municipio	Agua entubada (a) (%)	Alcantarillado (b) (%)	Saneamiento (c) (%)
Puerto Vallarta	92.5	80.2	82.6
(a) Se entiende como agua entubada el servicio de agua de la red pública que llega a las viviendas de forma directa de la red, de la red fuera de la vivienda pero dentro del terreno, de un hidrante o una llave pública y de otra vivienda. (b) El alcantarillado representa sólo las viviendas con servicio de drenaje conectado a la red pública. (c) Para saneamiento se tomaron a los habitantes beneficiados por las plantas de tratamiento, relacionándolos con el total de habitantes del municipio.			

Fuente: Elaboración propia con base en datos de CEA (2005).

Puerto Vallarta tiene una buena disponibilidad de agua para riego y uso urbano; además el agua es de gran calidad y se cuenta con reservas para varios años. La ciudad se suministra con la planta potabilizadora del Río Cuale, con pozos profundos, y con un pozo de captación radial del río Ameca (*ibidem*), lo cual garantiza el abastecimiento de agua suficiente para la población y para la actividad turística. Al respecto, el problema principal del destino es que no existe captación para aguas pluviales; debido a esto los escorrentimientos provocados por la lluvia de las montañas ocasionan daños en su paso para desembocar al mar.

En el caso de la red de aguas residuales, ésta tiene más de 30 años de antigüedad. La infraestructura hidráulica instalada ya cumplió el 70% de su vida

útil contemplada, por lo que en el mediano plazo se necesitará rehabilitar las tuberías tanto de distribución como de recolección de aguas negras (*Ibidem*).

De conformidad con información oficial de la Comisión Estatal del Agua de Jalisco (CEA, 2013), el municipio de Vallarta cuenta con una infraestructura de siete plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR's), cuya capacidad en conjunto alcanza cerca de 1,300 litros por segundo de tratamiento. El problema fundamental a este respecto radica en que debido a la existencia de diversas fuentes de abastecimiento particulares, especialmente en zonas rurales, el sistema de tratamiento de aguas residuales se encuentra en el rango del 67% al 83% de capacidad total. Por tanto, existe un déficit en el tratamiento de aguas servidas, siendo muchas de ellas depositadas a los ríos o directamente al mar. El problema se materializa en playas contaminadas que no pueden ser certificadas por la Comisión Federal para la Prevención de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

Existe un reconocimiento explícito del efecto de la actividad turística en los recursos hídricos de los destinos receptores. Por ejemplo, algunos destinos turísticos como Bahamas, Mallorca (España), Las Islas Griegas y Taiwán no cuentan con suficientes fuentes de abastecimiento de agua y se ven en la necesidad de importar agua fresca, haciendo uso de enormes contenedores de transporte marítimo. Otros, en cambio, optan por invertir en plantas desalinizadoras para cubrir la creciente demanda del vital líquido, como sucede en Estados Unidos, Italia y España (Gössling *et al.*, 2012) y, en el caso de México, Los Cabos, Baja California Sur.

De acuerdo a Gössling y sus colegas, se estima que el turismo internacional genera, en promedio, poco menos del 1% del consumo de agua en los países receptores de turistas. Sin embargo, existen destinos que exceden el promedio mundial, tales como Barbados (2.6%), Chipre (4.8%) y Malta (7.3%). Esto se puede explicar porque se trata de pequeñas islas que reciben importantes flujos turísticos, pero que no cuentan con suficientes fuentes de agua dulce para cubrir su demanda (*Ibidem*).

Uno de los principales problemas para diagnosticar adecuadamente la relación del agua y el turismo en Puerto Vallarta es que el consumo de agua no está bien documentado por las estadísticas. Por ello, es imprescindible identificar qué subsectores de la actividad turística tienen un mayor impacto en el consumo y manejo del agua (hoteles, campos de golf y restaurantes). Así mismo, se deben conocer cuáles son los medios o fuentes por los que estos subsectores se proveen de este recurso y cuál es el manejo que le dan a los residuos de agua.

El contar con información oportuna y confiable puede ayudar a diseñar estrategias para el uso del hídrico. Por tanto, se propone la implementación y uso de indicadores específicos para la actividad turística (véase Tabla 8.2.).

TABLA 8.2. Indicadores para medir el impacto del agua en la actividad turística

- Consumo de agua por establecimiento turístico (mensual/por temporada).
- Origen del recurso hídrico (fuentes).
- Volúmenes de aguas tratadas y reusadas.
- Consumo mensual promedio de agua por cuarto noche, por tipo de alojamiento.
- Porcentaje de aguas reutilizadas en los hoteles y otros establecimientos sobre el total de consumo de agua.
- Consumo anual de m³ de agua de las albercas.
- Consumo anual por hectárea irrigada en los campos de golf.

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Eurostat (2009)

Es probable que varios establecimientos de alojamiento en Puerto Vallarta ya hacen un manejo de indicadores de consumo de agua en la actualidad, pero es importante contar con una base de datos sobre el mismo como destino. La información que se genere con el uso de los indicadores puede ayudar a que el consumo de agua sea más eficiente, contribuir a disminuir el deterioro medioambiental y a estimar el impacto de cambios en los flujos turísticos y la provisión de agua para turistas y residentes.

8.2. Manejo de residuos sólidos

Los Residuos Sólidos Urbanos (RSU), conocidos comúnmente como *basura* (envases, empaques y restos de comida que resultan de la limpieza de las calles y lugares públicos, etc.), según su procedencia se clasifican en domiciliarias, comerciales y de servicios.

Según el *Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Puerto Vallarta*, se estima que se deposita de forma adecuada el 49.2% de los RSU generados y recolectados en el municipio. El resto se deposita en tiraderos a cielo abierto o en sitios clandestinos, lo que representa un deterioro ambiental y graves riesgos para la salud de la población (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2010).

Los residuos producidos por la industria y empresas de servicios, como hoteles y restaurantes principalmente, por lo general son grandes generadores y se clasifican como Residuos de Manejo Especial (RME), sin que tengan características de peligrosidad pero sí requieren de un manejo especial. Los Residuos Peligrosos (RP), por su parte, mantienen características exclusivas por su componente corrosivo, reactivo, explosivo, tóxico, inflamable o porque contienen agentes infecciosos. Su manejo requiere condiciones altamente especializadas por lo que, en muchos casos, es concesionada a empresas particulares. La presencia de este tipo de residuos en Puerto Vallarta es relativamente escasa, dado el predominio de actividades económicas en materia de servicios de la hospitalidad.

En el caso de este destino de playa jalisciense, el manejo de los residuos sólidos se centra en los RSU que guardan una estrecha relación con las actividades productivas propias de un municipio turístico. El manejo de estos residuos es responsabilidad de la esfera local de gobierno, siendo el municipio el principal responsable de su gestión integral: desde la recolección hasta el adecuado confinamiento final.

El volumen de residuos sólidos generados en promedio, por día, en este municipio es de casi 1kg. por persona, en su mayoría generados en domicilios particulares y lugares públicos, que son recolectados en su totalidad por el servicio municipal. Al ser Puerto Vallarta un municipio con vocación turística, muchos de los generadores de residuos, como empresas de hospedaje y alimentos, requieren del servicio de recolección y disposición final de tipo especializado, ya que son considerados generadores de RME. Para estos usuarios *especiales* se establece un sistema de cobro por prestación de servicios de disposición final; sin embargo, este cobro se exime cuando las propias empresas privadas realizan por su cuenta el traslado de residuos al sitio de disposición final designada por la administración municipal.

De acuerdo con el citado *Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Vallarta*, el sistema de manejo de residuos en el municipio está conformado por cuatro subsistemas, a saber:

- a. *Barrido manual*, con una cobertura de 60 kilómetros de calles por día.
- b. *Barrido mecánico*, que se realiza diariamente mediante dos barredoras, cubriendo una superficie de 60 kilómetros de calles y avenidas. Dicho sistema cuenta con un servicio adicional que se realiza en las playas.

c. *Recolección de residuos*, bajo el cual se estima una cobertura del 40% del total de residuos generados en el municipio. El parque vehicular, para este servicio, consta de 55 vehículos y 51 contenedores metálicos de 6m³.

d. *Servicio de disposición final de residuos sólidos*, para ello se tienen tres lugares. El primero es el sitio de transferencia “El magisterio”, donde una vez realizada la recolección domiciliaria, los vehículos depositan residuos con potencial de reciclaje, que posteriormente son seleccionados y puestos a disposición de compradores. El segundo sitio, es el relleno sanitario para disposición final conocido como “El Gavilán”, donde se realiza la disposición final de los residuos sólidos del municipio. Este sitio que tiene una vida útil calculada de 14 años, inició operaciones en 2009 y está bajo la responsabilidad y la propiedad del Ayuntamiento de Puerto Vallarta.

El tercer sitio para disposición final es conocido como “San Nicolás” o “La Escombrera”, y es un lugar de disposición de RME que recibe sólo desechos producto de la construcción y de podas de parques y jardines. El área de este predio tiene aproximadamente 3 hectáreas y actualmente está a una capacidad del 90%. En cuanto a la recolección de los residuos biológico-infecciosos, provenientes de los hospitales y laboratorios clínicos, ésta es realizada por medio de empresas privadas que disponen de la debida autorización de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Con base en lo anterior, se puede afirmar que Puerto Vallarta tiene garantizados, por lo menos a medio plazo, la distribución de agua potable, así como el manejo y la correcta disposición de residuos sólidos. No obstante se tiene que ampliar y mejorar la infraestructura de saneamiento de aguas residuales, sobre todo cuando se ha comprobado que parte de éstas desembocan directamente en las playas del centro vacacional de referencia. Sin duda que este hecho, que ha sido documentado y señalado por autoridades ambientales y Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), perjudica notablemente la imagen del destino y hace que su competitividad turística disminuya.

9. PROTECCIÓN TERRITORIAL

Puerto Vallarta es uno de los destinos tradicionales de sol y playa más importantes de México. El despegue turístico de este puerto comenzó en la segunda mitad del siglo XX; desde entonces, ha mantenido un crecimiento económico basado en la actividad turística, desplazando a otras actividades económicas como la agricultura.

La consolidación del turismo, como base de la economía, ha traído consigo cambios importantes en el territorio de este centro vacacional. Uno de estos es el crecimiento del fenómeno turístico, sobrepasándose los límites administrativos municipales y estatales debido a la falta de reservas territoriales “funcionales” específicas para el desarrollo de esta actividad en el municipio de Puerto Vallarta.

Otra preocupación entre los actores locales es el deterioro de los recursos naturales, principalmente la erosión y pérdida de playas, uno de los atractivos turísticos clave del destino.

9.1. Dinámica territorial

El municipio de Puerto Vallarta tiene una superficie territorial de 1,300 km². La mayor parte del territorio es de uso forestal, seguido de la actividad agropecuaria y, con una parte mínima, suelo urbano (INEGI, 2010). Es preciso mencionar que el proceso de urbanización está en constante expansión, y abundantes áreas naturales del territorio están siendo afectadas por el desarrollo de la infraestructura inmobiliaria. Es así que el cambio de uso de suelo tiene una relación directa con la reducción y/o degradación de la composición natural de ciertos espacios.

Puerto Vallarta es un importante polo de desarrollo turístico; la acelerada expansión urbana se debe indudablemente a la dinámica del turismo. Por ello y pese a la heterogénea distribución del uso de suelo, las actividades económicas relativas al sector terciario presentan un crecimiento. La información que proporciona el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), a marzo de 2011, es que Puerto Vallarta contaba con aproximadamente 12 mil unidades económicas; de este total el 47.0% pertenece a actividades relacionadas con los servicios (lo que refleja la vocación turística), el 46.8% con el comercio, el 5.7% con la industria, y sólo el 0.1% con la agricultura.

9.2. Ordenamiento territorial

La superficie territorial de Puerto Vallarta está constituida en su mayoría por zonas

accidentadas, destacando al oriente las sierras de San Sebastián y del Cuale, que forman parte de la Sierra Madre Occidental y que actúan como moderadores climáticos. El municipio cuenta con escasas zonas planas, localizadas principalmente en el margen derecho del río Ameca y por la costa desde su desembocadura hasta el río Cuale.

En 1999 se aprobó el *Programa de Ordenamiento Ecológico* de la región “Costa Alegre” del estado de Jalisco. Dicho programa contempla dos grandes grupos de actuación: una visión global a nivel macro regional que comprende el total del área estudiada, y cinco apartados correspondientes a igual número de áreas críticas, que son: Barra de Navidad-Tenacatita, Chalacatepec, Tomatlán-Cajón de Peñas y Puerto Vallarta-El Tuito. Concretamente para el caso de Puerto Vallarta-El Tuito, se creó una Unidad de Gestión Ambiental (UGA), con un uso de flora y fauna, con una fragilidad ambiental media (SEMARNAT, 2013).

A nivel municipal se está preparando el *Programa de Ordenamiento Ecológico Local del Municipio de Puerto Vallarta*, con talleres de planeación participativa por parte de diversos sectores (Gallo, 2013). Así mismo, existe un *Programa Municipal de Educación Ambiental*, asesorado por la SEMARNAT y la Secretaría del Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET), para homologar los programas en educación ambiental de los municipios y estados. Este programa contempla diferentes líneas estratégicas conforme al *Plan Municipal de Desarrollo* vigente y las distintas necesidades de la región.

Asimismo, en el estudio de planeación denominado *Programa de Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta 2013*, elaborado por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Gobierno de Jalisco y el Ayuntamiento de Puerto Vallarta, que busca guiar el desarrollo turístico de la región, se recogen propuestas tanto de habilitación y renovación de diversos espacios de la parte central de la ciudad, como de mejoramiento de las vialidades y de creación de más áreas verdes, entre otras actuaciones.

9.3. Componente natural

El municipio de Puerto Vallarta cuenta con 18 ríos de corriente perenne, algunos de ellos hábitat de especies de reptiles peligrosas como el caimán. El suelo de Puerto Vallarta es de tipo aluvial, combinado con roca sedimentaria, y carece de cuerpos de agua importantes para desarrollar actividades económicas de consideración.

El clima de Puerto Vallarta oscila entre 20 y 28 grados centígrados de temperatura; es catalogado como cálido subhúmedo con lluvias en verano, y con una humedad media de 65.9%.

Respecto a los usos de suelo, en el municipio de Puerto Vallarta, el 62.1% de su superficie corresponde a selva y el 13.4% a bosque (ambos recursos son utilizados también para realizar actividades turísticas); únicamente el 7.8% de su territorio es suelo urbano (INEGI, 2010).

9.4. Aspectos demográficos y territorio

De acuerdo con información proporcionada por el INEGI (2013), concretamente el XIII Censo de Población y Vivienda 2010, Puerto Vallarta tiene poco más de 255 mil habitantes, siendo el sexto municipio más poblado del estado de Jalisco.

A pesar del significativo crecimiento demográfico experimentado en las últimas décadas, su extensión territorial de más de mil kilómetros cuadrados le permite seguir teniendo abundantes recursos naturales y una densidad poblacional baja. Aproximadamente un 80% de sus habitantes se concentran altamente en torno a la cabecera municipal.

9.5. Imagen urbana como activo turístico

Muchos destinos de playa, en busca de su inclusión competitiva turística a nivel mundial, han concebido la propia imagen del lugar como un factor clave para atraer inversionistas y turistas (Sánchez y Moura, 2005). Dicha imagen es un elemento más del producto turístico porque:

“...tiene que ver con todos aquellos elementos tanto físico-espaciales como naturales que constituyen un entorno, los cuales son identificados y estructurados en la mente de cualquier persona. La misma está relacionada directamente con el grupo social y su cultura; su conocimiento permite la actuación real en el lugar específico, pudiendo afirmarse que la condición primordial de la imagen se centra en lograr un lugar identifiable” (Briceño y Gil, 2005: 18).

El crecimiento demográfico, económico-turístico y del tejido urbano de Puerto Vallarta, ha generado un proceso de desarticulación, degradación y subutilización de numerosas zonas del municipio, lo que afecta a sus residentes y viajeros. Este destino turístico a pesar de que ha sido diagnosticado de forma extensiva al respecto, no se puede decir que se hayan ejecutado acciones reales para revertir el problema y transformar la imagen del mismo.

Entre las asignaturas pendientes para mejorar la imagen urbana de Puerto Vallarta, destaca la corrección de la severa *contaminación visual* de la ciudad, fruto de la deforestación del contexto natural de las montañas circundantes, la construcción de inmuebles discordantes con la identidad urbana, la existencia de múltiples instalaciones aéreas para la conducción de la infraestructura eléctrica, además de que la publicidad no regulada y en exceso tiene características poco acordes con el entorno.

La mayoría del arbolado se encuentra en los únicos tres parques o jardines urbanos con los que cuenta la ciudad, y aunque se ha pensado en arbolar el centro de la misma, las banquetas angostas hacen poco viable esta iniciativa (SECTURJAL, n/f, a).

En cuanto a las fachadas de las casas de Puerto Vallarta, existen algunas zonas con escaso mantenimiento, tal y como sucede, por ejemplo, en la colonia 5 de Diciembre y la “Zona Romántica”. Esto hace que no luzca el esquema cromático de la ciudad, que se caracteriza por tener paredes blancas y tejas rojas.

En lo referente a calles y cruces peatonales, también hay mucho por hacer para lograr una imagen armoniosa. Por ejemplo, las calles del centro de la ciudad están empedradas con piedra bola de río y esto dificulta los cruces peatonales. Además, la traza antigua de las calles restringe los espacios peatonales. La altura de algunas banquetas, aunado al pavimento de piedra, también obstaculiza el acceso de las personas con movilidad limitada.

En relación a la información y señalización orientada al turista, podría decirse que ésta es poco adecuada, ya que no se cuenta con suficientes kioscos de información turística y existe una escasa señalización de los principales lugares y atractivos de la zona (*Ibíd*em).

En Puerto Vallarta es necesario buscar la regeneración de los espacios públicos y las actividades comerciales, sobre todo de la zona centro, donde sería recomendable que los distintos establecimientos sean congruentes con la imagen que se busca preservar en cuanto a su patrimonio edificado, natural y cultural. Existen varios espacios públicos en el municipio que requieren mejorar la imagen con vistas a armonizar la oferta y el entorno paisajístico, tales como, los alrededores del río Cuale, Olas Altas y la Playa de los Muertos (*Ibíd*em).

10. PROTECCIÓN AMBIENTAL Y PAISAJE

10.1. Patrimonio natural y su incorporación al turismo

La biodiversidad en Puerto Vallarta es extensa gracias a sus sistemas montañosos, ríos, selvas y costas. Por tanto, la presencia de especies marinas y terrestres es generosa en el municipio. Este conjunto de atributos naturales junto a su gran infraestructura, contribuyen a que se considere a este centro de sol y playa mexicano como uno de los más importantes en los ámbitos nacional e internacional. La condición de ser un destino de masas, ha propiciado que algunos espacios naturales se vean afectados por la creciente urbanización y la falta de servicios e infraestructura adecuada en ciertas colonias, entre otros problemas.

En este sentido, la protección de los recursos naturales de Puerto Vallarta es imprescindible. Si bien ya existen leyes y programas para materializar dicha protección, aún queda mucho por hacer en diversos ámbitos, empezando por la asignación de suficientes recursos económicos que permitan llevar a cabo los objetivos previamente planteados. Un destino ordenado y que además cuenta con áreas protegidas crea un ambiente agradable para los habitantes, los inversionistas y los visitantes nacionales e internacionales a la zona.

10.1.1. Estero “El Salado”

La única Área Natural Protegida (ANP) dentro del municipio de Puerto Vallarta es el estero “El Salado”. Dicho estero se extiende sobre el delta del río Ameca y fue decretado el 27 de julio del 2000 con la categoría de *Zona de Conservación Ecológica*. Esta zona protege especialmente a tres especies de mangle, la cual se enlaza con vegetación acuática, terrestre y fauna. Sin embargo, es importante señalar que esta ANP no cuenta con un plan de manejo definido, aunque sí está sujeta a acciones y actividades de conservación y protección. La actividad turística en esta área protegida es muy básica, ya que se basa en recorridos de grupos reducidos con una duración de alrededor de una hora y media. Para ello, cuenta con infraestructura y algunos servicios para los visitantes (SEMADET, 2013).

Lamentablemente esta ANP se ha visto dañada por desarrollo de fraccionamientos irregulares de alta densidad en los alrededores de la misma, así como por la construcción del Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta.

10.1.2. Parque Nacional Marino “Los Arcos”

En 1984 se decretó como ANP el Parque Nacional Marino Los Arcos de Puerto Vallarta, conglomerado de islas de granito que sobresalen de la superficie marina. Actualmente se desarrollan en esta zona deportes acuáticos como el buceo.

10.1.3. La montaña de Puerto Vallarta

En la actualidad, la SEMADET promueve la declaración de la montaña de Puerto Vallarta como Área Natural Protegida (ANP), con vistas de proteger el hábitat de sus especies emblemáticas. Esta zona natural se encuentra amenazada por los constantes cambios en el uso de suelo y por el desarrollo de una feroz infraestructura inmobiliaria, así como por los constantes incendios que han dañado el lugar.

10.1.4. Aprovechamiento del patrimonio natural como activo turístico

Aunque algunos de los sitios naturales mencionados presenten problemas de tipo ambiental, dicha situación no ha de ser obstáculo para la puesta en valor de los mismos. El aprovechamiento de los recursos naturales no tiene por qué ser algo contrario al respecto a su composición, pero para ello ha de existir una previa planificación con un enfoque sustentable. La economía de las zonas próximas a estos lugares naturales puede verse ampliamente beneficiadas por su cercanía a los mismos, mediante el desarrollo de diversos comercios y servicios orientados al visitante; pero para ello es preciso que el área natural cuente con unos niveles de calidad ambiental que atraigan no sólo a visitantes locales, sino a turistas nacionales y extranjeros.

Las actividades que se desarrollen en estos entornos naturales ayudan también a diversificar la oferta de Puerto Vallarta, al presentar algo más que el mero producto de sol y playa, y pueda lograrse que el visitante decida ampliar su estancia en la región. Pero para conseguir esto ha de desarrollarse una infraestructura turística adecuada, respetuosa con el entorno y con la que, a la vez, se garantice la seguridad y el confort al turista durante su visita.

En definitiva, el patrimonio natural requiere en primer término ser conocido en profundidad, para posteriormente poder promover tanto su conservación y mejorar su aprovechamiento como actividades que no perturben la composición del interior de las áreas naturales mencionadas.

10.2. Cuerpos y corrientes de agua en Puerto Vallarta

El agua es un elemento muy presente en la zona de Puerto Vallarta. En el municipio destaca el río Ameca, que sirve de límite natural entre los estados de Jalisco y Nayarit; además de los ríos Pitillal y Cuale que cruzan la ciudad. Así mismo se encuentran los arroyos permanentes de Camarones, Santa María y El Nogal, y otros temporales como El Palo de Santa María y Agua Zarca que se forman con el temporal de lluvias. También existen esteros, entre los que sobresale el estero El Salado, localizado al Norte de la ciudad. La abundancia de agua en toda esta zona favorece la vegetación de la franja costera, del cerro, del bosque y de la zona de mangle.

Uno de los principales problemas de Puerto Vallarta son las inundaciones repentinas. Esta situación es en gran medida generada y agravada por la obstrucción y bloqueo de los arroyos o drenajes naturales por el crecimiento desordenado y anárquico de la zona urbana del municipio, principalmente en las localidades El Pitillal y Las Juntas, así como en el Oriente de la ciudad, en la zona de la montaña. Por otro lado, las inundaciones denominadas *de tipo lento*, por lo general se producen cuando la trayectoria de un huracán de categoría superior a dos cruza la Bahía de Banderas o las cuencas que desembocan en esta región.

Un Atlas de Riesgos Naturales fue elaborado por Protección Civil del estado de Jalisco a partir del plan de crecimiento urbano. No obstante, el municipio de Puerto Vallarta debe contar con un Atlas de Riesgos, no existe una normativa para la realización de éste. En este sentido, se aprobó un convenio con el Centro de Sismología y Vulcanología de la Universidad de Guadalajara con el propósito de orientar su contenido a la recopilación de datos disponibles acerca de la meteorología, sismicidad, reportes de daños, desastres históricos e inundaciones en zonas urbanas, primordialmente.

10.3. Playas

Puerto Vallarta cuenta con las siguientes playas: Los Muertos o del Sol, Las Glorias, Tranquila, Conchas Chinas, Oro, El Carrizo, El Salado, Las Amapas, La Estaca, Las Peñitas, Los Tules, Los Venados, Mismaloya, Paloma y Punta Negra.

10.3.1. Playas limpias

Aunque algunas de las playas en Jalisco presentan condiciones insalubres, no cumpliendo con la normatividad establecida de sanidad, otras muchas se hayan certificadas, en cuanto a garantizar el cumplimiento de estándares de calidad ambiental, sanitaria, de seguridad y de servicios adecuados para el disfrute y la tranquilidad de los visitantes. El que una playa se certifique, ha de cumplirse lo especificado en la NMX-AA-120-SCFI-2006, sobre *requisitos y especificaciones de sustentabilidad de calidad de playas*. Esta norma establece lineamientos de desempeño sustentable para la protección de las playas.

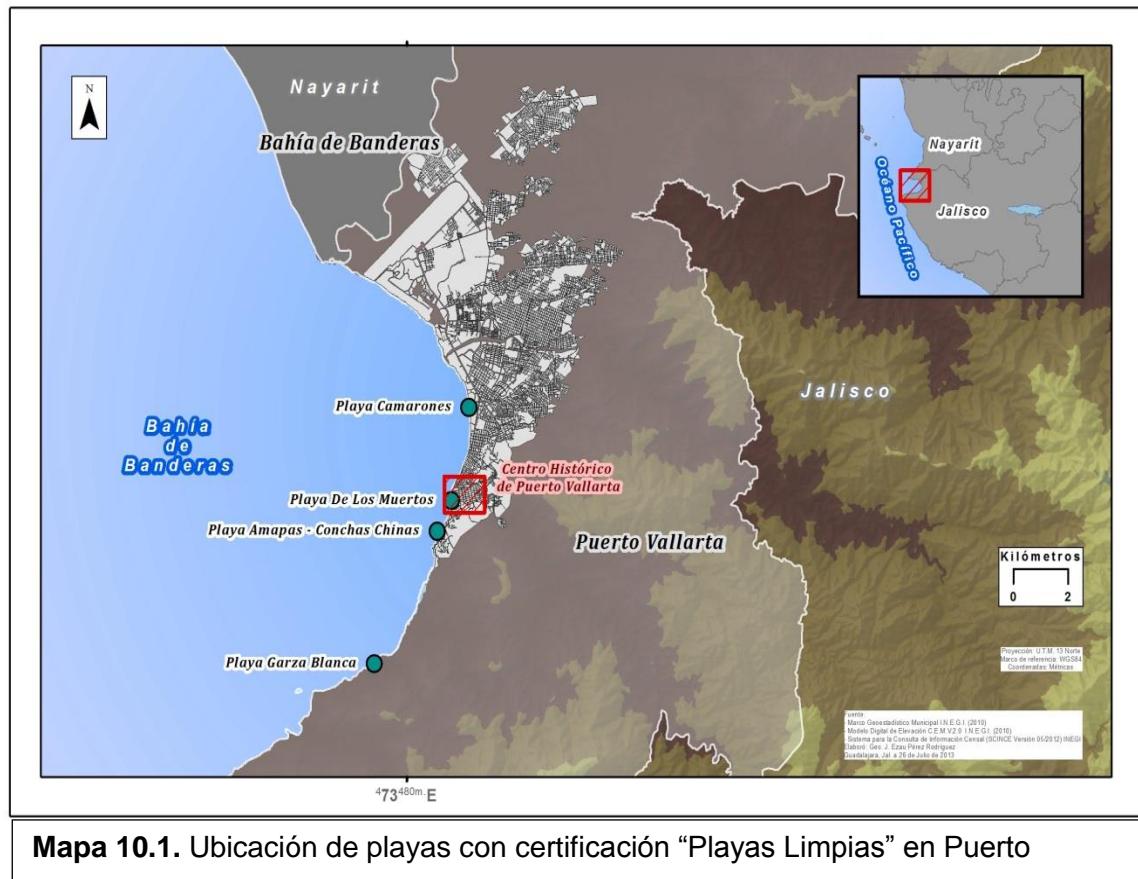
El *Sistema Nacional de Información* ofrece datos sobre la calidad del agua en las playas mexicanas. Según datos del monitoreo bacteriológico de dichas playas, publicados por la Comisión Federal para la Prevención de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), entre los años 2003 y 2010 se han hecho evaluaciones en 52 destinos de playa, tomando muestras en 245 playas distintas. En el año 2010, el 97% de las muestras analizadas cumplía con los distintos criterios de calidad. Por distribución geográfica, sólo cuatro destinos turísticos del país tienen el 80% de sus playas o un porcentaje menor que no cumplen con el criterio de calidad (CONAGUA, 2013).

De acuerdo con esta misma fuente, la mayoría (diez) de las playas de Puerto Vallarta están catalogadas como *playas limpias*, según el último muestreo realizado en junio de 2013. Esto quiere decir que tiene una calidad aceptable en relación con los criterios dictados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para las aguas de mar de contacto recreativo.

En el marco del *VII Congreso Nacional de Playas Limpias*, (CONAGUA, 2013), Puerto Vallarta recibió oficialmente los Certificados de Calidad en cuatro de sus playas. *Playa Camarones* es la única en todo el país integrada a la zona urbana que tiene este distintivo. *Garza Blanca* y *Amapas-Conchas Chinas* fueron otros espacios de playa que lograron este reconocimiento por parte del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, al igual que la Playa de Los Muertos, acreditada recientemente con el nivel 2 (véase Mapa 10.1).

Entre las características que se toman en cuenta dentro de estos procesos de certificación se encuentra la calidad sanitaria del agua, donde se cuida que no haya descargas residuales hacia las playas, además de la limpieza del agua para su uso recreativo en base a las normas de salud. La ausencia de desechos en la arena (materia fecal, vidrios o cualquier otro material que pueda contaminar la

zona), es otro de los aspectos que se consideran para determinar si una playa merece el distintivo correspondiente. Queda claro que esta cuestión en particular requiere de una fuerte labor por parte del gobierno municipal, controlando el depósito de basura en las playas.



En materia de seguridad, cada una de las playas certificadas ha de contar con: servicio de guardavidas; señalización de riesgo para avisar a los usuarios de la presencia de corrientes, oleaje y fauna peligrosa; además de señalización de los servicios de atención médica y presencia policial. Al respecto, se restringen todas aquellas actividades que impacten en el entorno natural de estos sitios, no permitiéndose encender fogatas, acampar, ni usar envases de vidrio o desechables. En este tipo de playas también ha de fomentarse la educación ambiental, concienciando a la población a colocar la basura en los contenedores, realizar la separación de los desechos sólidos y respetar la conservación de la flora y fauna.

10.4. La incorporación del paisaje como activo turístico

Los caminos escénicos y las rutas turísticas en Europa no son algo nuevo, sino que se conciben como parte integral de su oferta turística desde que se popularizó el automóvil. Más aún, la experiencia de ciertos países europeos muestra que el diseño y desarrollo de nuevos trazos de carreteras se hacen aplicando diversas teorías con el objetivo de beneficiar a las poblaciones adyacentes. *La teoría de la atracción*, por ejemplo, permite saber si el trazo y la construcción de determinada ruta o carretera, podría generar beneficios a las comunidades que están cercanas a los lugares elegidos y hacer que ellas cuenten con los atractivos suficientes para llamar la atención de los viajeros (Denstadli y Jacobsen, 2011: 786).

Otro ejemplo, en esta línea, es la labor realizada por la Secretaría de Transporte de los Estados Unidos a partir de la década de los 80's. Desde entonces, en este país se han emitido importantes leyes en prácticamente todos los estados para proteger y promover las carreteras nacionales escénicas. Estas leyes incluyen la prohibición de construir obras que no preserven la integridad del patrimonio escénico (paisaje natural), del patrimonio cultural, histórico, recreativo y arqueológico de muchas carreteras y de sus zonas adyacentes. Con ello se ha logrado que Estados Unidos cuente con numerosas autopistas que representan un atractivo turístico por sí mismas (Brown, 2003).

En la Tabla 10.1 se presentan algunos indicadores y elementos utilizados para evaluar la experiencia de viaje en las carreteras.

TABLA 10.1. Indicadores y elementos para mejorar la experiencia de viaje en carretera	
Indicador	Elementos
Servicios básicos para viajeros (incluyendo turistas)	<ul style="list-style-type: none">✓ Carreteras en excelente estado✓ Señalética adecuada✓ Servicio de sanitarios✓ Áreas para comer (<i>picnic</i>)✓ Centros de consumo✓ Gasolineras✓ Módulos de información✓ Servicio médico/emergencias
Calidad del paisaje natural	<ul style="list-style-type: none">✓ Paisajes que se distingan, que sean memorables y que inspiren a los viajeros (montañas, bosques, lagos, ríos, flora y fauna)
Oferta recreativa	<ul style="list-style-type: none">✓ Lugares para pescar, escalar, realizar senderismo, jugar
Legados culturales	<ul style="list-style-type: none">✓ Lugares que representan un legado importante del pasado del lugar, sitios con evidencia histórica y/o prehistórica, comunidades con tradiciones y costumbres, etc.

Fuente: Elaboración propia con información de Denstadli y Jacobsen (2011: 786); y Brown (2003: 275).
--

El paisaje como elemento con potencial para el desarrollo de la práctica turística, es aprovechado en México aún de manera muy básica, en comparación con algunos países europeos. Francia, por ejemplo, se incorporó en el año 2006 a la *Convención Europea del Paisaje*; a partir de ahí, los legisladores franceses crearon una ley que reconoce el paisaje como un componente esencial del entorno, así como expresión de la diversidad del patrimonio natural y cultural y de la identidad de la población. Se entiende el paisaje como un elemento que forma parte de la calidad de vida de la población, y como algo esencial para el bienestar individual y social. La concepción del paisaje y la valorización de éste son consideradas como lugares de belleza destacada, tanto en espacios del medio urbano y rural, como en áreas más simples y cotidianas, incluso en zonas abandonadas. Las políticas públicas al respecto privilegian la utilidad social de estos espacios, y las leyes contemplan no sólo la protección sino también la gestión y la promoción de los mismos que permitan atraer visitantes.

En este sentido, Francia cuenta con 10 Parques Nacionales que ofrecen paisajes destacados en el dominio terrestre y marítimo; los cuales son administrados por un organismo gubernamental que se encarga de la protección del patrimonio natural de ese país. Además de la puesta en valor de estos recursos, cuenta con una campaña integral para su protección y difusión a fin de captar segmentos de viajeros que deseen descubrir la composición de su territorio. Conviene mencionar la activación de la economía en ciertas regiones francesas, donde la actividad productiva ha renacido gracias a las actividades turísticas y recreativas ofrecidas a los visitantes (Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie, 2013).

Por tanto, es cada vez más frecuente que los países que quieren atraer mayor número de turistas busquen diversificar su oferta a través de rutas turísticas temáticas. Valdría la pena tomar en cuenta este elemento para el caso de Vallarta, ya que el paisaje de las carreteras de acceso al puerto es variado y rico en vegetación. Dado que la visita de un destino comienza desde el camino hacia él, el paisaje del centro turístico de playa jalisciense puede ser puesto en valor partiendo de principales recursos naturales: mar y montaña.

En el municipio de Puerto Vallarta y sus alrededores es posible encontrar un enorme potencial paisajístico en zonas costeras, de mangle y de bosque. Estos

espacios deben ser explorados y preparados con la infraestructura necesaria en términos de: accesibilidad, señalética, paneles informativos y toda la logística que contribuya a facilitar la visita de turistas al lugar (Troitiño, 2013). El conocimiento profundo de los paisajes permite llevar a cabo diversas actividades respetuosas del entorno natural, así como una favorable campaña de promoción turística del lugar. La inclusión de los paisajes en las estancias de los viajeros es un elemento que mejora la experiencia de los mismos.

11. MERCADO TURÍSTICO

Sin duda, el análisis del mercado turístico, desde el punto de vista de la demanda, constituye uno de los ejes centrales para la competitividad de un destino, especialmente si se toma en cuenta la capacidad del mismo tanto para conocer y satisfacer las necesidades de los viajeros, como para diseñar estrategias que le permitan retener los visitantes actuales y atraer nuevos segmentos de turistas.

11.1 El mercado turístico de México

A nivel nacional la llegada de turistas internacionales a México disminuyó un 0.6% en el primer cuatrimestre de 2013, respecto al mismo periodo de 2012. Sin embargo, el número de turistas que accedió por vía aérea aumentó un 7.1%. En cuanto a la derrama económica, generada por la demanda turística, se obtuvieron resultados positivos, pues ésta aumentó un 7.2% en el 2013. Los principales países o regiones de donde proceden los turistas internacionales que arribaron a México fueron: Estados Unidos con el 52.1%, Canadá con el 20%, Europa con el 13.4%; América Latina y El Caribe con el 11.5% y Asia con el 2.3% (CPTM, 2013).

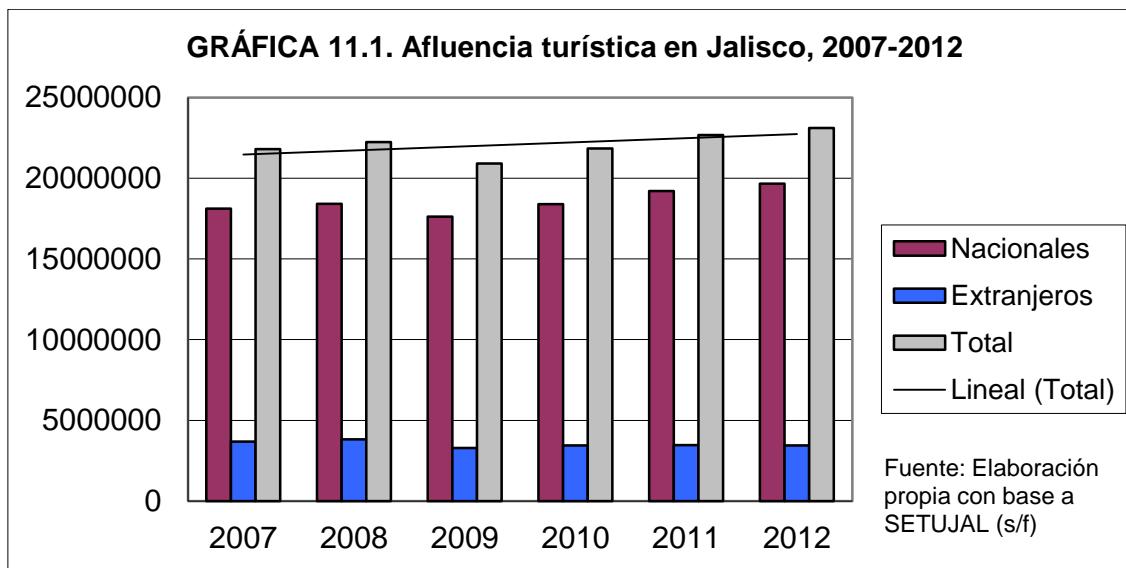
Como se puede observar, existe un predominio de los visitantes estadounidense y canadiense a México, lo que podría generar una cierta dependencia con estos mercados emisores. La proximidad geográfica que tenemos con los países de Norteamérica, ha favorecido obviamente la presencia de estos turistas en un porcentaje elevado; sin embargo, esa ventaja al mismo tiempo ha sido un obstáculo para México en cuanto al esfuerzo por captar nuevos mercados de Europa, Sudamérica y Asia. Estos mercados que aún no han sido totalmente explorados cuentan con un potencial muy grande en el contexto turístico; por ejemplo, la estancia promedio de un turista alemán en México se estima en 19 noches, con un gasto medio de más de 2,000 dólares durante su estancia.

En cuanto al turista asiático, y particularmente chino, se puede afirmar que apenas se han puesto en marcha iniciativas para su captación y atracción a México, pasando por alto la potencialidad de un mercado emisor con más de mil millones de personas. Tal vez la principal barrera en este sentido sea el idioma, pues en México los trabajadores del sector turístico apenas dominan otra lengua extranjera, y, en su caso, ésta es el inglés.

Otra cifra relevante es que la llegada de los turistas internacionales se concentra principalmente en los aeropuertos de Cancún, Ciudad de México, Los Cabos y Puerto Vallarta, por orden de importancia. Una primera lectura nos indica que el turismo internacional es acaparado por estos destinos.

11.2. Comportamiento de la demanda en el contexto estatal

En 2012, aproximadamente 23 millones de turistas llegaron al estado de Jalisco. En este año se observó un crecimiento de visitantes nacionales respecto a años anteriores, mientras que el turismo extranjero experimentó fluctuaciones, especialmente a partir de la crisis económica en Estados Unidos en 2009 (Gobierno de Jalisco, 2011: 18).



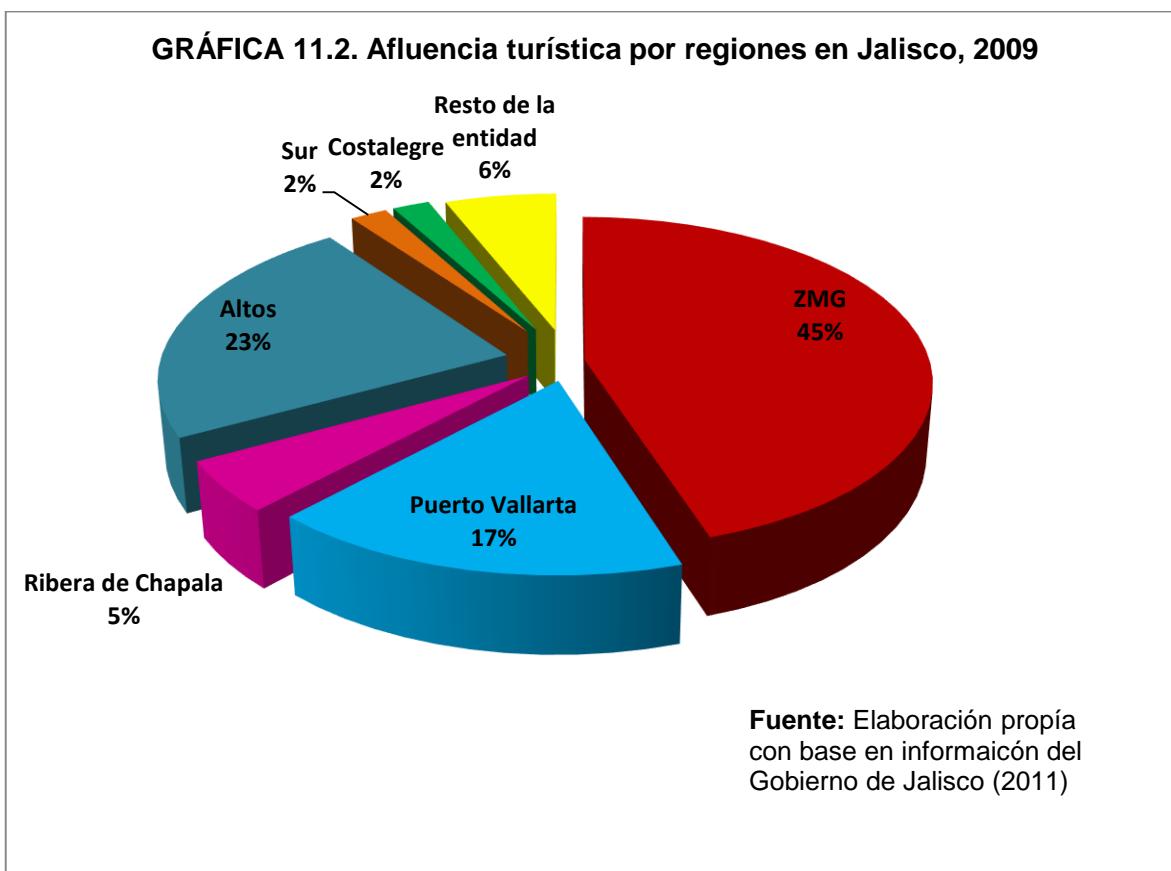
Otro factor que llama la atención es la procedencia de los turistas, ya que Jalisco, y específicamente la ZMG, se han caracterizado históricamente por la gran afluencia del mercado nacional tradicional procedente del Distrito Federal, Monterrey, Estado de México y Sinaloa. Es de importancia resaltar que Guadalajara es el segundo destino urbano a nivel nacional.

En cuanto al turismo internacional Jalisco no es la excepción y depende, como el resto de destinos mexicanos, de los mercados estadounidense y canadiense, principalmente en el período de noviembre-abril. Los principales mercados emisores de Estados Unidos hacia Jalisco son los estados de California, Texas, Nueva York y Florida; mientras que de Canadá son las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver.

Respecto al promedio de estancia de los turistas provenientes del mercado norteamericano, los estadounidenses se hospedan un promedio de 10 noches en hotel, mientras que los canadienses permanecen 12 noches. Cabe resaltar que

muchos ciudadanos canadienses prefieren vacacionar en el corredor turístico conocido como “Costalegre”, pero no se hospedan en hoteles, puesto que muchos de ellos ya han adquirido propiedades en el litoral jalisciense. Para llegar a esta zona lo hacen por medio de los aeropuertos de Puerto Vallarta y Manzanillo, estableciéndose temporalmente entre los meses de noviembre a marzo.

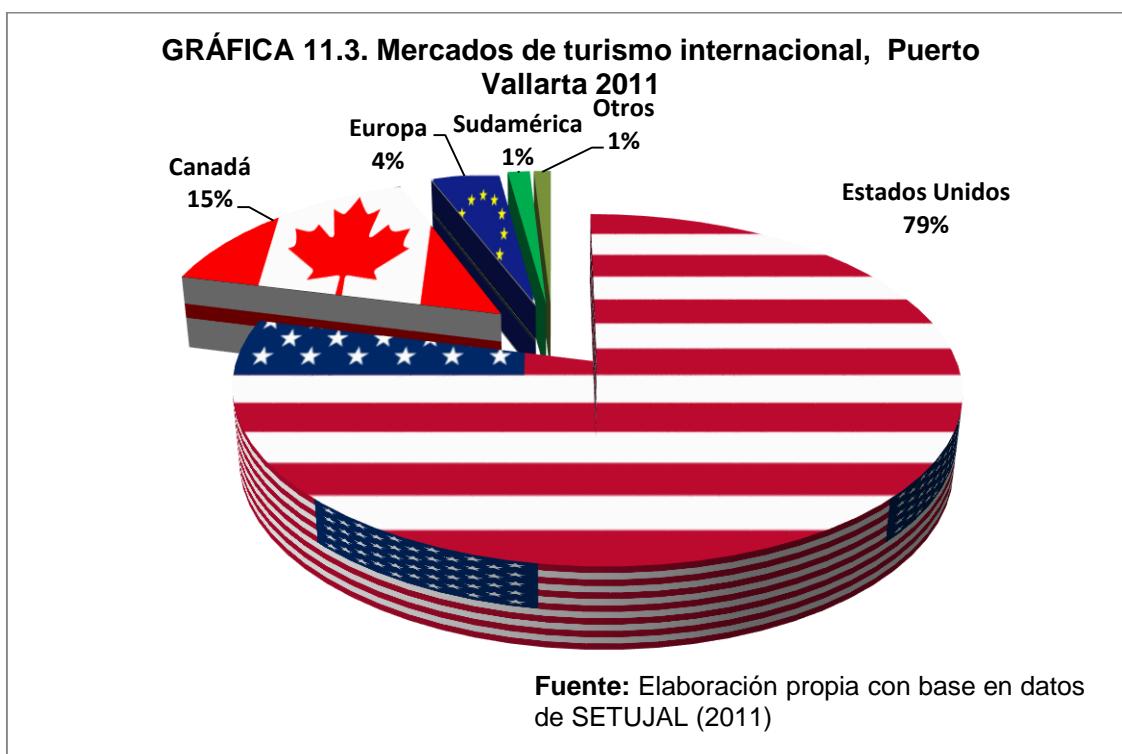
La distribución del turismo extranjero en el interior de Jalisco también presenta heterogeneidad; siendo la ZMG y los destinos del litoral los que acaparan más del 50% de la afluencia al estado. La distribución del turismo por regiones en Jalisco se comporta de la siguiente forma: ZMG, 9'384,557 personas; Los Altos 4'775,211 personas; Puerto Vallarta 3'492,889 personas; Ribera de Chapala 1'033,429 personas; Costa Sur ó Costalegre 448'409 personas; Sur 425,714 personas y el resto de la entidad 1'349,163 personas (véase Gráfica 11.2.).



11.3. Mercados de turismo de Puerto Vallarta

Según datos oficiales, Puerto Vallarta es el tercer destino más visitado de Jalisco, después de la ZMG y la región de Los Altos, particularmente San Juan de los Lagos. A diferencia de estos últimos, Vallarta se distingue por atraer casi de forma exclusiva el mercado de turismo en la Costa Norte del estado. Esta región a pesar de que se caracteriza por captar un mercado internacional amplio (véase Gráfica 11.3.), aún sigue teniendo una fuerte dependencia del turista norteamericano, mientras que otros nichos de mercado emergentes como el asiático son poco atendidos.

A continuación se analiza cuáles son los principales mercados turísticos de Puerto Vallarta en los contextos nacional e internacional.



11.3.1. El mercado de Estados Unidos

Dentro del grupo de visitantes extranjeros a la zona, los estadounidenses representaron el mercado más importante para Puerto Vallarta, según datos de 2011. El anuario estadístico de la SECTURJAL indica que el 78.9% de los visitantes a Jalisco durante este mismo año procedían de Estados Unidos. El perfil del viajero procedente de Estados Unidos reúne las siguientes características:

35 a 49 años de edad, más de 75 mil USD de ingreso familiar anual, y sus temporadas de viaje se centran en los meses de enero a abril, de julio a agosto, y de noviembre a mitad de diciembre. La motivación principal del viaje de este tipo de turista es la convivencia familiar y los productos de romance (bodas, aniversarios y lunas de miel). Además, en los últimos años se observa también la tendencia de búsqueda de precios más competitivos, principalmente por las presiones económicas en sus países de origen.

Los viajeros estadounidenses que visitan México buscan hoteles con actividades de entretenimiento, relajación y experiencias culinarias como complemento. De igual forma, son sumamente atractivas para ellos las actividades relacionadas con el golf, el spa y las compras. La conectividad es un factor fundamental para este mercado, ya que prefieren tomar vuelos directos que no tengan una duración total mayor a cuatro horas.

El estudio *El mercado estadounidense hacia México 2011-2012* llevado a cabo por *Travel Styles* para el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), identifica factores relevantes para los viajeros con mayor potencial para visitar México, de manera que puedan establecerse estrategias para atraerlos. Uno de cada tres de los viajeros objetivo pertenecen a la Generación X: es decir, tienen una edad de 31 a 46 años. Otro 20.7% son los denominados *Baby Boomers*, con edades comprendidas entre los 56 y los 65 años. En general, el viajero objetivo disfruta de una buena posición económica -ya que uno de cada cuatro tiene un patrimonio neto de 500 mil dólares o más-, sin embargo, muchos de ellos se han visto afectados por la situación económica de Estados Unidos en los últimos años, lo cual ha reducido sus posibilidades reales de viaje. De hecho, el 18.4% de los turistas potenciales ha visto reducidos sus ingresos y el 14.8% ha sufrido una baja en su patrimonio neto (CPTM, 2013). Por este motivo, para el viajero objetivo estadounidense la posibilidad de aprovechar ofertas de viaje toma un papel preponderante (53% lo mencionaron como un aspecto fundamental en su elección dada la situación económica).

El estudio citado anteriormente también hace referencia a los productos más atractivos para el mercado de Estados Unidos, con el consiguiente potencial de explotación para los destinos turísticos mexicanos:

- El 83% de los encuestados visitaría bellezas naturales en sus vacaciones internacionales.
- El 56% tomaría unas vacaciones enfocadas hacia comida y vinos (este dato presenta un incremento de 43.9% respecto a cifras de 2009)

- El 31% realizaría un viaje en el cual haría trabajo voluntario. Este es un nicho creciente (en 2009 sólo era 12%)
- 58% estaría interesado en realizar un viaje por motivos de salud y bienestar.
- El 27% viajaría al exterior para recibir tratamiento médico.
- 23.8% de los encuestados dijeron que tomarían un crucero en vez de unas vacaciones en un sólo destino en los próximos 12 meses debido al clima económico actual. (De hecho, el 35% de quienes visitaron México en sus vacaciones más recientes viajaron en crucero).

Cabe mencionarse que la oferta actual de atractivos turísticos de Puerto Vallarta junto con el potencial de los recursos turísticos situados en su entorno inmediato, reúne gran parte de las características de viaje que parecen desear los viajeros internacionales de Estados Unidos. Además, no se debe perder de vista que México sigue siendo el país más visitado por los estadounidenses (aunque también debe considerarse la delicada situación económica actual de Estados Unidos que aún no repunta).

11.3.2. Visitantes procedentes de Canadá

Según datos del Anuario Estadístico 2011 elaborado por la SECTURJAL, el visitante canadiense representa el 15.2% de los visitantes totales a Puerto Vallarta. De acuerdo al CPTM (2012), el viajero canadiense que visita esta zona tiene una edad promedio de entre 35 y 49 años, cuenta con un ingreso familiar anual de más de 60 mil dólares y su temporada alta de viaje es de noviembre a abril.

Los principales estímulos para los viajeros canadienses son la realización de viajes en familia y también el hecho de encontrar un clima cálido en México durante la temporada invernal en su país de origen.

En cuanto al tipo de producto más atractivo para este visitante se encuentran los *resorts* con actividades de entretenimiento. También aprecian el folclore mexicano y la contemplación de paisajes, así como las actividades al aire libre. En promedio, la estancia de los viajeros canadienses que visitan México es mayor a una semana (de 9 a 13 noches), por lo que aprovechan su tiempo conociendo en profundidad el destino que visitan y poblaciones cercanas a través de excursiones.

11.3.3. Mercado europeo

Del total de visitantes internacionales que arribaron a Puerto Vallarta durante el 2011, un 3.7% procedían de Europa (SECTURJAL, 2011). El perfil del viajero

europeo que visita México varía mucho según el país de origen, ya que cada nacionalidad presenta hábitos de viaje muy particulares. Considerando los tres países que generan mayor afluencia de turistas hacia México, se puede afirmar que los viajeros provenientes de Francia y España tienen una edad promedio de 35 a 49 años; mientras que los viajeros provenientes de Alemania tienen más de 55 años en promedio.

Por otra parte, la temporalidad de viaje también varía de acuerdo a cada país de origen: los viajeros españoles acostumbran visitar México de mayo a octubre y durante el mes de diciembre; los viajeros franceses visitan el país principalmente en marzo, de junio a agosto y en septiembre; mientras que los alemanes visitan nuestro país en fechas más amplias: tanto de enero a abril, como en julio y agosto, así como en noviembre y la mitad de diciembre.

El ingreso familiar anual del viajero europeo en líneas generales es de 60 mil dólares de promedio, y su principal motivación de viaje es contar con servicios totalmente organizados y eficientes que le permitan disfrutar de una experiencia de viaje sin contratiempos. Además valoran mucho la información correcta y oportuna. El tipo de producto preferido por el cliente europeo que visita México está relacionado con el aspecto cultural, es decir, que les permita conocer sobre la historia, arte y folclore del país, así como tener experiencias que le permita acercarse a la naturaleza. De igual forma se sienten atraídos por la oferta de alto valor interpretativo, como paisajes, por ejemplo.

11.3.4. Mercado sudamericano

El 1.2% del total de visitantes extranjeros a Puerto Vallarta en 2011 procedían de Sudamérica (SECTURJAL, 2011). La edad promedio del viajero sudamericano en México es de 35 a 49 años. Su ingreso promedio varía según el país de origen; siendo los mercados más importantes: Argentina con más de 50 mil dólares de ingreso familiar anual; Colombia con más de 60 mil dólares de ingreso familiar anual, y Brasil con más de 70 mil dólares de ingreso familiar anual. Otros importantes mercados emisores de turistas para Vallarta son Venezuela y Chile.

Respecto a las fechas de sus viajes a México, la temporalidad de las visitas de los ciudadanos argentinos es de enero a marzo, así como los meses de mayo, julio y octubre. Por su parte, los colombianos acostumbran visitar México de mayo a octubre y en el mes de diciembre, mientras que el turismo brasileño está presente en México los meses de enero, febrero y julio.

La principal motivación de viaje de los ciudadanos de estas nacionalidades a México tiene que ver con conocer nuevos sitios que cuenten con atractivos

diferentes a los de sus lugares de origen. Para el turista sudamericano tiene también gran importancia la relación costo-beneficio en sus viajes, por lo que busca obtener el mayor número de actividades de viaje al mejor precio posible. También el clima es frecuentemente mencionado como otro factor relevante a la hora de decidir su destino de vacaciones. Por este motivo, los productos turísticos que más interesan al visitante sudamericano son los que implican actividades relacionadas con la historia, el arte y el folclore nacional; también disfrutan del ocio en la naturaleza y, por último, buscan completar sus experiencias de viaje con el producto sol y playa regularmente. Además de lo anterior, para el visitante brasileño en particular es un atractivo adicional el realizar compras en tiendas de moda o lujo, además de diversas actividades relacionadas con la diversión.

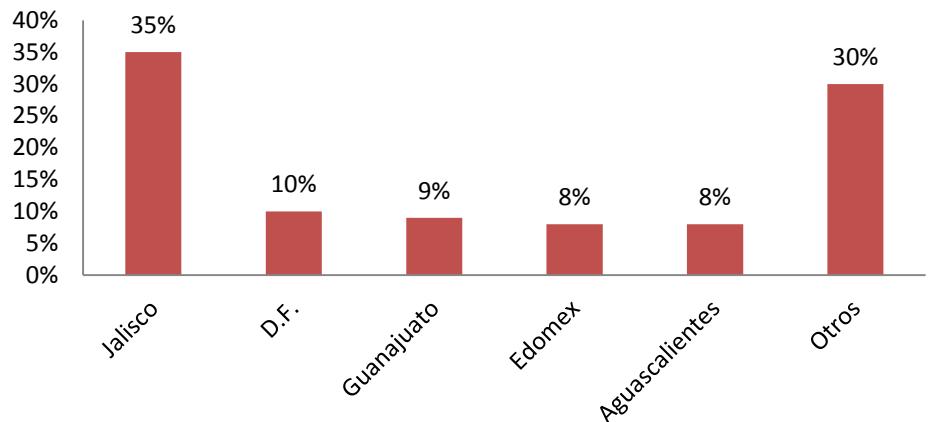
Las estancias de los sudamericanos en nuestro país son, por lo general, amplias: la estancia promedio de los argentinos que visitan México es de 10 a 13 noches, mientras que los colombianos suelen estar entre 8 y 12 noches en México, y los brasileños de 7 a 9 noches en promedio (CPTM, 2013).

11.3.5. Mercado nacional

El mercado nacional es sin duda el más importante para Jalisco, ya que representó el 85% del total de visitantes (19 millones 195 mil 203 visitantes) en 2010. En el caso concreto de Puerto Vallarta es precisamente la ZMG la principal área de procedencia de sus visitantes, con un 40% de los mismos. Le siguen en importancia los turistas que proceden del Bajío y del Centro de México, principalmente de las entidades de Aguascalientes, Guanajuato, Distrito Federal, Estado de México y Nayarit (véase Gráfica 11.4.).

De acuerdo al CPTM, el perfil del visitante nacional corresponde a un adulto de entre 25 y 39 años, de un nivel socioeconómico A/B, con un ingreso familiar de unos 82 mil pesos mensuales. También es frecuente el viajero de niveles socioeconómicos C y C+, con ingresos familiares de 11 mil pesos mensuales. Las temporadas de viaje preferidas por este segmento son los períodos meramente vacacionales, esto es, Semana Santa, julio, agosto y diciembre.

GRÁFICA 11.4. Mercado turístico nacional de Puerto Vallarta, 2010



Los estímulos de viaje para el mercado doméstico están altamente relacionados con el nivel socioeconómico del individuo; así, para el nivel A/B los viajes más atractivos tienen que ver con actividades familiares, romance y lujo. Por su parte, el nivel C y C+ busca actividades familiares, descanso y la posibilidad de conocer el destino que visitan.

El atractivo de los productos turísticos que demanda el visitante nacional está también relacionado con su nivel socioeconómico. El grupo perteneciente al nivel A/B muestra una mayor apreciación de la cultura, buscando visitar “lo que nadie conoce”, así como visitar destinos de sol y playa de moda. Buscan actividades asociadas a un mayor lujo a través de experiencias diferentes en Haciendas, spa y la práctica del golf, así como restaurantes *gourmet* más sofisticados.

El visitante nacional de perfil socioeconómico C y C+ disfruta principalmente el contacto con la naturaleza, así como una experiencia cultural más relacionada con la visita a iglesias, mercados y sitios arqueológicos. El producto de sol y playa es sumamente atractivo también para este cliente, sobre todo bajo el concepto *all-inclusive*. Su estancia promedio es de 2 a 3 noches, es decir, viajes de fin de semana, aunque también acostumbra a hacer viajes con una estancia de 5 a 7 noches.

11.4. Porcentaje de visitantes y turistas que regresan

Según información de SECTURJAL, la frecuencia de visita de los turistas nacionales ha sido, a lo largo del periodo de 1996-2011, repetitiva en el 53% de los casos. Sin embargo, es un aspecto que ha experimentado numerosos altibajos, puesto que en 1996 el porcentaje de repetición de la visita era del 22%, mientras que en el año del 2008 fue del 63%, pasando por un 44.2% en el 2009. En este mismo periodo (1996-2011), el 23.6% de los turistas nacionales ha repetido su visita al mismo destino dos o tres veces; el 12.7% cuatro o cinco veces, y el 16.5% del turismo nacional reincidieron en sus viajes en el mismo destino más de cinco veces (ver Tabla 11.1).

TABLA 11.1. Frecuencia de visita. Turismo Nacional				
Puerto Vallarta, 2000-2011				
Frecuencia	Primera vez	2 - 3 veces	4 - 5 veces	6 o más veces
Año	%	%	%	%
2000	41.8	30.0	12.9	15.3
2001	44.4	22.5	16.8	16.3
2002	43.5	20.7	14.8	21.0
2003	40.0	22.0	14.8	22.9
2004	34.2	25.5	14.8	25.5
2005	42.6	26.1	12.9	18.5
2006	57.6	19.3	9.7	13.3
2007	49.2	27.3	12.4	11.1
2008	37.2	26.2	13.9	22.8
2009	55.8	24.0	9.4	10.8
2010	58.6	21.1	10.6	9.7
2011	55.9	21.3	12.3	10.4

Fuente: Anuarios estadísticos. SECTURJAL 1996-2011

En el año 2011, en términos de la demanda extranjera, sólo el 35.5% repetía visita en un destino ya conocido. Se observa que en el 64.7% de los casos, es la primera visita del turista internacional en México; el 23.7% ha venido dos o tres veces previamente; el 8.7% cuatro o cinco veces y el 3.1% ha estado ya en nuestro país más de cinco veces. El promedio de reincidencia en la visita a México del turista internacional en el periodo 1996-2011 era del 30.4%. Se considera una repetitividad del viaje más bien baja comparada con otros destinos, por lo que deberían llevarse a cabo acciones para lograr una mayor fidelidad del turista extranjero en México, mediante la mayor diversificación y variedad de su oferta.

En el libro “*La promoción y la publicidad como estrategia de destino turístico*” (Virgen, Hernández, González, 2009), se señala que una de las premisas más importantes de los destinos turísticos ha de ser la búsqueda de la repetitividad del viaje de los turistas por vía aérea. En el periodo 2001-2008, el 45.6% de los turistas que llegaron a Puerto Vallarta vía aérea lo hacían por primera vez, en tanto que el 54.4% de los turistas aéreos ya lo habían visitado anteriormente.

TABLA 11.2. Frecuencia de visita. Turismo Extranjero				
Puerto Vallarta, 1996 – 2011				
Frecuencia	Primera vez	2 - 3 veces	4 - 5 veces	6 o más veces
Año	%	%	%	%
2000	78.4	15.8	5	0.8
2001	63.8	18.9	12.8	4.5
2002	69.2	17.2	7.4	6.2
2003	61.4	22	5.2	11.3
2004	54.7	22	12.2	11.2
2005	66.7	17.7	8.7	7.0
2006	82.1	9.3	4.6	4.0
2007	81.6	12.9	3.6	1.9
2008	65.1	14.5	15.2	5.1
2009	67.0	22.6	6.9	3.5
2010	59.5	23.6	10.6	6.3
2011	64.7	23.7	8.7	3.1

Fuente: Anuarios estadísticos. SECTURJAL 1996-2011

Si se considera el periodo 2001-2008 el mayor porcentaje de turistas que visitó Puerto Vallarta por primera vez fue en el 2001 con un 63.6% de los visitantes, alcanzando su máximo histórico, siendo 2006 y 2007 los años con menor porcentaje de reiteración en la visita del período analizado, con un 49.7% y 49.6% respectivamente-. Otro de los años en los que más del 50% de los visitantes ya habían estado en el destino fue 2008, con un 56.3% de los turistas internacionales que repetían experiencia.

El segmento que lo ha visitado más de 3 veces logró una mayor participación en el periodo 2004-2006 con más del 25% de los turistas internacionales, disminuyendo en el año 2008 al 19.0%. Otro segmento importante son los que llegan por segunda vez al destino, que es la que se ha mantenido con una mayor estabilidad, fluctuando entre el 14.4% y el 17.1% que obtuvo en el 2008.

En la repetitividad, de acuerdo con el sexo y el número de visitas, existe una gran uniformidad; sólo destaca la preferencia de los hombres sobre las mujeres en los que han visitado Puerto Vallarta en más de tres ocasiones.

12. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La actividad turística no escapa a la dinámica de cualquier otro producto, y por tanto necesita de un sistema efectivo de comercialización a la par que estrategias de promoción; en definitiva, necesita un eficiente plan de mercadotecnia. El avance de las tecnologías y las telecomunicaciones hacen posible que la comercialización y promoción de productos turísticos sea más flexible y llegue a mayor número de consumidores potenciales. Estos nuevos instrumentos representan una oportunidad para mejorar la competitividad de un destino, pues también suelen implicar un costo menor a lo que se venía invirtiendo en los medios convencionales.

12.1. Promoción turística en el contexto nacional

México se ha posicionado como un país con vocación turística gracias a la inmensa cantidad y variedad de atractivos naturales y culturales que posee. Además de ello, su posición geográfica privilegiada, más de tres mil kilómetros de frontera con Estados Unidos y más de 11 mil de kilómetros de litoral, su variedad climática y su riqueza cultural, entre otros factores, han hecho de México un destino muy atractivo en el panorama turístico internacional. Para nuestro país la actividad turística es actualmente prioritaria, por esa razón se ha desarrollado toda una estructura gubernamental al efecto que coordina y da soporte al sector: SECTUR, Consejo de Promoción Turística Mexicana (CPTM) y FONATUR. Entre sus funciones, estas instituciones son las encargadas, mediante diferentes medios, de procurar la competitividad del turismo mexicano.

En el área de promoción turística, por ejemplo, se llevan a cabo campañas institucionales con la finalidad de vender la marca México tanto para el mercado nacional como para el internacional. Gracias a estas campañas que se han implementado en el exterior, se han recibido más de 99 primeros lugares en concursos internacionales. La SECTUR en 2011 estimó que se requería hacer una inversión de 37.8 pesos en campañas de publicidad, para que un turista extranjero llegara a México (SECTUR, 2011).

Otras estrategias institucionales de promoción turística de México son: la participación en ferias internacionales de turismo como las de Berlín, Madrid, etc.; la impartición de seminarios sobre rutas turísticas de México; la organización de viajes de reconocimiento para tour-operadores internacionales; la firma de nuevos acuerdos de colaboración con diversos organismos a nivel mundial; y la celebración de muestras gastronómicas, entre muchas otras. El resultado de estas acciones tiene como fundamento mejorar la imagen de México en el mundo.

Para el mercado nacional también se han lanzado campañas publicitarias exitosas como “México, vive hoy, vive lo tuyo” y “México se siente”, entre otras. También se ha dado gran difusión al sitio web visitmexico.com, donde los usuarios pueden encontrar información de los diferentes destinos del país.

El evento institucional de promoción turística más importante del año es el *Tianguis Turístico*, el cual desde el año 2012 se volvió itinerante. Este evento reúne a oferentes y compradores nacionales y extranjeros, así como a las dependencias encargadas del turismo de los estados de la República Mexicana.

12.2. Estrategia de promoción turística en Jalisco

En Jalisco, la promoción turística se rige por la Ley de Promoción Turística de Jalisco, la cual establece las bases para fomentar la llegada de turismo nacional y extranjero al estado. Dicha base legal, a diferencia de decretos anteriores, convenios o planes institucionales, contempla propiciar la creación de instrumentos de financiamiento que permitan la modernización productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Esta ley promueve la creación de fideicomisos con el objetivo de fomentar y participar en la programación y el desarrollo turístico para atender las necesidades regionales y promover aquellas zonas de interés, tomando en cuenta las tendencias recientes del mercado.

En el contexto estatal, la estrategia de promoción está basada en una plataforma de Marca-Estado denominada “Jalisco es México”; más recientemente: “Jalisco sucede dentro de ti”. De forma institucional, se promocionan todos los atractivos turísticos de Jalisco, integrando algunos de ellos en rutas turísticas por las diferentes regiones de la entidad.

Una de las principales deficiencias de la promoción que se lleva a cabo a nivel estatal respecto al ámbito nacional, es que no existe una página de Internet con dominio propio en la cual se proporcione información completa acerca de los distintos turísticos de Jalisco. La página actual de visitajalisco.gob.mx ofrece información muy general de los principales destinos de la entidad (ZMG y Puerto Vallarta); sin embargo, para el resto de los lugares turísticos se presenta información muy escasa e incluso nula, en particular sobre la oferta de hospedaje, alimentos y bebidas, transportación y eventos de diversa índole. En ambos casos, la información no satisface la mayoría de las dudas de los usuarios para tomar la decisión de viaje.

En lo referente a las redes sociales, la intervención institucional apenas es presencial. Prueba de ello, es que apenas se utiliza *Facebook* con fines de promoción -más bien su uso es como plataforma de comunicación institucional-, y cuando se hace sólo se produce la publicación aislada de fotografías de lugares del estado de Jalisco, sin mayor información acerca de la historia, del equipamiento y de las vías de acceso a los sitios. Incluso, la información publicitada ha tenido contenidos erróneos. En cuanto a la presencia de las dependencias gubernamentales de turismo en *Twitter*, es aún menor. Por una lado, la cuenta @secturjal apenas supera los 500 seguidores y presenta, en la mayoría de los casos, información institucional; mientras que la cuenta @jaliscoesmexico, pese a tener más de 20 mil seguidores, no ofrece una dinámica interactiva con los usuarios, aunado a que en ocasiones suspende su presencia en la red.

En suma, es preciso destacar el hecho de que parte de la promoción turística del estado está siendo asumida por grupos de la sociedad civil, quienes tienen el objetivo de dar a conocer las maravillas naturales y culturales de Jalisco. Entre ellos se pueden mencionar: México Eco-Alternativo, Pueblitos de México, Jalisco al Natural y De Mochilazo.

12.3. Promoción turística de Puerto Vallarta

La Oficina de Convenciones y Visitantes es la encargada del diseño del Plan de Marketing de Puerto Vallarta, como organismo responsable de la promoción de este destino de playa jalisciense. El plan se realiza de forma anual e incluye una descripción detallada de las estrategias de marketing a desarrollar en cuanto a tres áreas principales: *promoción, publicidad y relaciones públicas*, como ejes fundamentales para posicionar Puerto Vallarta como uno de los destinos turísticos más importantes del país.

Dicho plan analiza también información sobre las tendencias de viaje a nivel mundial, la situación del turismo en México y sus principales mercados emisores, así como un análisis de conectividad con la región; además propone un esquema para la realización de proyectos estratégicos a desarrollar en el destino. En este último punto la OFCV puede coordinar los esfuerzos de diferentes organismos para la exitosa operación de un evento, apoyar con recursos económicos para asegurar su realización en el destino o bien realizar acciones conjuntas de promoción con medios de comunicación para la difusión de estos eventos estratégicos. La coordinación de acciones con SECTURJAL es, por tanto,

fundamental, ya que buena parte de las actividades mencionadas se llevan a cabo en conjunto.

En lo que respecta al área de promoción del destino, se coordina la asistencia a ferias nacionales e internacionales en las que Puerto Vallarta debe gestionar su participación dentro del stand de promoción de Jalisco. Además, Puerto Vallarta participa en diversos eventos organizados por el estado, para tener una presencia sólida como uno de los destinos más reconocidos en Jalisco. Incluso la OFCV puede organizar eventos especiales para promover exclusivamente la marca Puerto Vallarta de forma aislada en plazas en las que tenga especial interés.

Respecto al área de publicidad, los recursos económicos disponibles para la realización de campañas a favor del destino proceden desde el ámbito estatal, por lo que se requiere una colaboración continua sobre la estrategia de comunicación, con el fin de que la campaña pueda ser lanzada y posteriormente monitoreada. En particular, considerando que Puerto Vallarta es un destino ya consolidado, goza de mayor independencia que otros destinos de la entidad en cuanto al diseño de su estrategia de campaña publicitaria.

Las acciones de relaciones públicas también requieren una estrecha colaboración con la SECTURJAL para lograr posicionar una imagen positiva del destino, tanto en lo particular como a nivel estatal. Es importante mencionar que Puerto Vallarta concentra eventos de talla nacional e internacional que, en gran medida, requieren de la instrumentación de estrategias de relaciones públicas con distintos medios de comunicación para poder generar un posicionamiento sólido.

Por su parte, de acuerdo con Guillermo Ohen, Director del Fideicomiso de Puerto Vallarta, desde la Dirección General de este organismo se ha realizado un plan de trabajo con acciones definidas y concretas a realizar durante 2013 en las áreas más importantes de promoción, publicidad y relaciones públicas; se podría entender éste como un plan de trabajo operativo, en cierta medida. En esta línea, está tomando más relevancia el sub-comité de marketing y se están desarrollando estrategias para mantener conexiones aéreas que estén teniendo complicaciones (se han desarrollado relaciones más fuertes con diversas aerolíneas para apoyar los vuelos que ya se tienen hacia Puerto Vallarta). Por ejemplo, en términos de relaciones públicas se ha seguido una estrategia de *generación de notas de prensa positivas* sobre el destino, con la intención de que exista un mayor volumen de contenidos valiosos a nivel local y en cuanto a la imagen que se proyecta al exterior.

En cuanto al aspecto promocional del destino, se han ido adecuando los eventos de acuerdo a la demanda, en función de la audiencia, es decir, si van dirigidas al

trade o consumidores. Igualmente, se adaptan los contenidos y formatos según el tipo de consumidor, adecuándolo al tipo de segmento, país y otras variables relevantes. En palabras de Guillermo Ohen:

“...buscamos una mayor participación de la industria local en los eventos, que sean más activos en las caravanas y *road shows* porque eso fortalece los eventos. De igual forma, los formatos son ahora más novedosos, se tiene un evento como *100 agentes de viajes dijeron* que es mucho más dinámico y atractivo para los agentes de viajes...”

Actualmente se trabaja con tres agencias de publicidad, tres agencias de relaciones públicas y una agencia de gestión de redes sociales y diseño *web*. Se han realizado cambios en el uso de campañas de *branding* y ventas, obedeciendo a diferentes factores.

Para fortalecer el mercado norteamericano se lanzó este año una campaña de promoción conjunta “Vallarta-Nayarit”, cuyas cifras de inversión superan los 11 millones de dólares. Dicha inversión incluye además una bolsa de recursos para la atracción de vuelos hacia el Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta que beneficia a ambos destinos. Esta inversión está destinada únicamente a cuestiones publicitarias, pero no incluye acciones de relaciones públicas⁸.

De igual forma, se están realizando también diversas campañas en Sudamérica, en los países de Brasil, Colombia, Chile y Argentina. Con respecto a la atracción del mercado europeo, se están negociando acuerdos en Inglaterra con la mayorista TUI⁹ para la captación de sus vuelos.

Respecto a la captación del mercado nacional, las campañas de publicidad que se realizan son más independientes; es decir, Puerto Vallarta tiene su propia campaña. Por ejemplo, se lanzó recientemente una campaña de BTL (Below the line) para activar la afluencia de visitantes mexicanos a esta zona durante los meses de verano.

También se están haciendo mayores esfuerzos en cuanto a redes sociales a través de una compañía local especializada, e igualmente se está renovando la página web del destino. Se fomenta igualmente que los hoteles de la zona se promuevan por estos medios.

⁸ Información obtenida durante el ejercicio de *focus group* llevado a cabo el 1 de septiembre de 2013 en Puerto Vallarta, como parte del trabajo ACDT.

⁹ TUI Travel es una de las compañías internacionales líder del sector de viajes vacaciones que opera en 180 países con más de 30 millones de clientes en 31 mercados emisores clave. Con su sede central en el Reino Unido.

En cuanto a la estrategia de comunicación, se intenta proyectar una imagen más integral de Puerto Vallarta, dando a conocer todos sus atributos propios como un solo concepto: belleza natural, ciudad, la connotación de ser un pueblo típico. No se dividen los mensajes por segmentos, sino que se engloban todos los atractivos bajo un solo concepto global de destino.

12.3.1. Alcance de las campañas y medios de promoción

La selección de las plazas donde llevar a cabo la realización de acciones publicitarias se basa en datos históricos del anuario estadístico tales como: afluencia, derrama, llegadas de vuelos y llegadas de pasajeros. Por este motivo, las principales campañas de publicidad se están enfocando exclusivamente a Estados Unidos, Canadá y México, ya que estos son mercados más importantes para Puerto Vallarta. Se han realizado también algunos esfuerzos publicitarios en Sudamérica. Sin embargo, no ha habido una sólida continuidad en los esfuerzos de comunicación y, hasta la fecha, no se ha logrado un posicionamiento sostenido de la marca Puerto Vallarta.

La elección de los distintos medios que se emplean en las campañas publicitarias depende mucho del perfil del consumidor del mercado al que se dirijan. Comúnmente se utiliza una mezcla variada de ellos: desde anuncios en revistas especializadas (romance, golf, negocios, viajes, etc.) y periódicos, hasta vallas publicitarias, *spots televisivos* y menciones en cadenas nacionales, así como *spots* y menciones de radio; también se suelen emplear anuncios *en línea* y en redes sociales.

Particularmente, en el mercado estadounidense una de las estrategias más importantes en cuanto a la selección de medios de comunicación para generar una mayor afluencia de visitantes norteamericanos hacia Puerto Vallarta se ha basado en la *regionalización*. En este sentido, se suelen elegir medios con un alto impacto en estados importantes como son California, Texas e Illinois, ya que estos estados cuentan con compañías altamente especializadas en diversos temas relacionados con el turismo, estilo de vida, golf, spa, negocios, etc. Se adaptan así los distintos contenidos que presentan a los hábitos de consumo de la región en la que se distribuyen, por lo tanto la estrategia de penetración, su distribución y su “*pass along*” resulta ser más elevado de lo que se logra incluso en medios de cobertura nacional. La ventaja de realizar campañas en estos medios regionales norteamericanos es que se puede incrementar la frecuencia de anuncios debido a una optimización en los costos, lo que, en suma, representa una presencia sólida en términos de posicionamiento.

Los medios *online* juegan un papel importante también en las campañas que se llevan a cabo en Estados Unidos y Canadá, puesto que buena parte de las decisiones de compra de esos clientes procede de la navegación en línea, sus visitas a sitios de viaje virtuales, lo que leen en diversos *blogs*, consultas a agencias de viajes en línea etc. El turista norteamericano suele indagar por sí mismo opciones de viaje y quiere conocer más sobre el destino a visitar con la finalidad de realizar de forma independiente sus reservaciones y realizar sus propios itinerarios. Existe una tendencia al alza en este sentido, pues el 61.5% de los viajeros estadounidenses que visitaron México recientemente solicitaron previamente información a una oficina de turismo y la mayoría lo hizo vía internet (56.8%) (CPTM, 2013).

En el caso del mercado nacional, se utilizan predominantemente medios considerados como tradicionales como son la prensa escrita (periódicos y revistas) radio, televisión y anuncios exteriores. Aunque se utiliza internet, su participación es menor con respecto al resto de los medios, debido a que su impacto en la toma de decisiones de los turistas potenciales mexicanos es limitado.

El CPTM, con la ayuda de la agencia *Millward Brown*, lleva a cabo año tras año un estudio denominado *Tracking Publicitario* para medir el impacto de las campañas publicitarias en términos de imagen de marca. El último estudio en esta línea corresponde al 2013. En él, dentro del apartado de análisis del impacto en el mercado estadounidense el estudio analiza atributos asociados a las marcas turísticas de México. En cuanto a los atributos asociados a Puerto Vallarta, es decir, entendidos como algo inherente a su “personalidad”, la asociación de marca más mencionada fue “divertido”, la segunda más mencionada fue “maravilloso” y la tercera fue “deslumbrante”. Además de esto, otro de los atributos que construyen la imagen de la marca en este mercado es la *amabilidad de los vallartenses*, el atributo más sólido para Puerto Vallarta.

El estudio muestra también que varios de los principales destinos mexicanos, entre ellos Puerto Vallarta, han visto disminuida su presencia en medios de comunicación de Estados Unidos; sin embargo, los índices de visita se han elevado en comparación con el 2011. Esta situación pudiera significar tal vez que se están recibiendo visitas de turistas que ya conocen el destino, *repetidores*, y que no se ha estado atrayendo a nuevos visitantes en el periodo antes referido.

Los resultados del estudio de asociación de atributos con la marca en el mercado nacional fueron primeramente la asociación implícita con el destino como “divertido”, la segunda “exquisito” y la tercera “entretenido”. Cancún, Riviera Maya y Los Cabos son destinos con atributos más sólidos en su categoría, y podría

decirse que, por tanto, son destinos considerados como más atractivos; sin embargo, también es cierto que son considerados por el mercado nacional como costosos. El estudio menciona que Puerto Vallarta tiene potencial para forjar una imagen de marca con mayor recordación; no obstante, su posicionamiento en el mercado nacional todavía es poco claro, por lo que se recomienda construir un concepto más sólido, a través de combinar el uso de diversos medios y una precisa comunicación del mismo en las campañas publicitarias.

En este sentido cabe también mencionar la importancia de optimizar los tiempos de ejecución de las campañas, mediante una coordinación más fluida con el CPTM, de manera que las temporalidades de las campañas correspondan a los períodos fuertes de reservaciones de los visitantes potenciales, y no cuando los visitantes hayan ya tomado su decisión de viaje –momento en el que la publicidad no ejerce un efecto persuasivo-.

Para el mercado de Estados Unidos, internet es el medio más usado e influyente para la obtención de información. Por ello, es recomendable que las campañas de Puerto Vallarta dirigidas al turista estadounidense tengan una fuerte presencia en internet, así como cuidar la información que se presenta de México en la red, para que predomine una información positiva del país, congruente con la imagen del destino que se quiere vender.

En términos generales se puede concluir que existe un área de oportunidad importante en términos de posicionamiento de la marca *Puerto Vallarta*, sobre todo para el mercado nacional. Es fundamental recordar que la imagen es un aspecto que se construye en torno a dos factores: consistencia a través del tiempo y una estrategia de comunicación sólida.

En el caso del mercado internacional, específicamente en referencia al mercado norteamericano es importante sostener el impulso que ha tenido la marca hasta ahora; los esfuerzos de publicidad deben incentivar que esa imagen continúe convirtiéndose en una creciente intención de visita. Es recomendable mantener una presencia continua en diversos medios que favorezca la curiosidad por el destino, así como despertar el interés por otros actores de la industria para generar condiciones comerciales que generen afluencia de visitantes a la zona.

Con respecto al mercado Sudamericano, se recomienda mantener la presencia de marca de manera que se comience a dinamizar el mercado y eventualmente el destino vaya siendo más demandado como producto turístico. Si esto se logra, se mejorará la conectividad con estos destinos y seguramente se impulse la creación de productos específicos para este mercado, etc.

12.4. Comercialización del destino Puerto Vallarta

El tener un producto turístico atractivo no es suficiente dentro del mercado del turismo. Se requieren estrategias de comercialización, eficientes y competitivas, y la venta especializada y posicionamiento del destino en diversas ferias internacionales, tianguis turísticos, encuentros profesionales, así como el desarrollo de alianzas estratégicas con operadoras mayoristas y con los empresarios del sector turismo: aerolíneas, tour-operadores, hoteleros, restauranteros, etc. De igual forma, es importante la potenciación y dinamización de la oferta a través de programas federales como Pueblos Mágicos, Rutas de México y Mundo Maya, por mencionar algunas.

12.4.1. Participación de las DMC's en la comercialización del destino

Las *Destination Management Companies* (DMC's), llamadas también *Operadoras Locales*, tienen la finalidad de proveer servicios de consultoría, y suelen ayudar a poner en contacto a proveedores con empresas de servicios locales. Generan también eventos turísticos novedosos, coordinando cada detalle de los mismos, así como también sirven de apoyo y logística para la realización de diversos eventos en el destino.

Del total de operadoras locales destacan las siguientes (véase Tabla 12.1.):

TABLA 12.1. Principales DMC's en Puerto Vallarta

Nombre de la DMC	Función
<i>First Class DMC</i>	Organización de bodas, grupo de incentivos, reuniones, transporte terrestre, contratación de hospedaje, actividades de integración grupal, convenciones y congresos.
<i>Tour Vallarta</i>	Ofrece servicio de transportación, coordinación de actividades y tours.
<i>Tour Vallarta Destination Management Company</i>	Provee programas de incentivos, congresos, seminarios, motivacionales de acuerdo a las necesidades grupales.
<i>DMC Vallarta</i>	Manejo de grupos de convenciones, traducción simultánea, transportación y excursiones.
<i>North American Travel</i>	Coordina programas de incentivos, no solo en Puerto Vallarta, sino en cualquier lugar del país.
<i>TAU meetings & events service</i>	Organiza reuniones de trabajo y de alta dirección, grupos de incentivos, convenciones y lanzamiento de productos.
<i>Travel Incentive Tours</i>	Dedica servicio personalizado

Fuente: Elaboración propia en base a la Guía Oficial de Puerto Vallarta.

En Puerto Vallarta existen en la actualidad 22 DMC's especializados en la realización de eventos principalmente, y, aunque existe un buen nivel de

profesionalidad en estas empresas, conviven simultáneamente dos asociaciones que agremian a dichas entidades económicas, por lo que no podría decirse que existe una total integración real.

13. TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

Las TIC's son indispensables en el crecimiento y desarrollo de un país, no sólo por su aporte en el ámbito económico, sino también por su impacto social, cultural, político y medio ambiental. Las TIC's influyen, y son influenciadas, de forma transversal en todos los sectores productivos de la economía, incluyendo el sector turístico. De hecho, el sector turístico ha tenido que adaptarse en los últimos años al nuevo tipo de demanda, estrategias de producción y oferta de servicios que ha conllevado el impacto de las TIC's a nivel mundial.

Las TIC's son la unión de las telecomunicaciones y la informática, y abarcan una serie de dispositivos o aparatos que son indispensables para convertir, almacenar, administrar, transmitir y encontrar información y/o generar conocimiento. Además, esta información o conocimiento se presenta en muy variadas formas, tales como: datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento y presentaciones multimedia, entre otros (véanse Puccio y Grana, 2008; Pineda, 2008; AMITI-CANIETI-FMD, 2006).

Las TIC's están vinculadas con las computadoras, el software y las telecomunicaciones. Es a través de las TIC's como se generan las sociedades de la información o sociedad del conocimiento, mismas que se materializan por el uso del teléfono fijo, la radiotelefonía, la televisión, el internet, la telecomunicación móvil, y el GPS entre muchos otros (Puccio y Grana, 2008; AMITI-CANIETI-FMD, 2006).

13.1. Las TIC's en México y su contexto global

En un estudio realizado por Blanke y Chiese (2012) para el Foro Económico Mundial, se destaca que México ocupa la posición 57 de un total de 140 países en cuanto al uso de las TIC's en la realización de transacciones de negocios; esto incluye transacciones en todos los sectores, incluyendo el turístico. Lo más preocupante, es que a nivel de la región de Latino América, México es superado por Costa Rica, Chile, Panamá, Brasil, Puerto Rico, Guatemala y República Dominicana, naciones que compiten con nuestro país por los mismos segmentos de mercado turístico -particularmente, Costa Rica, Brasil y República Dominicana- (véase Tabla 13.1.).

TABLA 13.1. Uso de las TIC's en transacciones de negocios

País	Puntaje (1-7)	Posición (de 140 países)
Finlandia	6.3	1
Suiza	6.3	2
Austria	6.2	3
Reino Unido	6.1	4
Malta	6.1	5
Suecia	6.1	6
Japón	6.0	7
Noruega	6.0	8
Taiwán (China)	6.0	9
Singapur	6.0	10
Canadá	5.7	27
Costa Rica	5.6	34
Estados Unidos de América	5.6	35
Chile	5.5	38
Panamá	5.5	39
Brasil	5.5	40
Puerto Rico	5.5	41
Guatemala	5.4	44
República Dominicana	5.4	47
México	5.1	57

Fuente: Elaboración propia con base en información de Blanke y Chiese (2012).

De forma similar, Schwab (2012) presentó un reporte publicado por el Foro Económico Mundial sobre el uso de las TIC's en México y en el mundo. La mejor posición de México, en relación a los 144 países que participaron, fue en el indicador de transferencia de tecnología vía inversión directa extranjera (lugar 15), mientras que el principal rezago estuvo relacionado con el número de suscriptores a la telefonía celular, puesto que en este indicador México ocupó el lugar 107 de 144 países (véase Tabla 13.2.).

TABLA 13.2. TIC's de México en el contexto global

Indicador (2012)	Puntaje/valor (de 0 a 7)	Posición (de 144 países)
Disponibilidad de las últimas tecnologías	5.3	52
Inversión directa extranjera en transferencia de tecnología	5.3	15
Internet banda ancha kb/s (a) por usuario	8.7	90
Suscriptores de internet banda ancha por cada 100 habitantes	4.6	82
Uso individual del internet	36.2*	77
Suscriptores de internet/banda ancha por cada 100 habitantes	10.6*	55
Suscriptores teléfono celular por cada 100 habitantes	82.4*	107
Líneas telefónicas fijas por cada 100 habitantes	17.1*	73

* Cifras representadas en porcentaje
(a) Kilobits por segundo
Fuente: Elaboración propia con base en información de Schwab (2012:257).

13.2. Las TIC's y la competitividad turística

Conseguir que la actividad turística sea altamente competitiva a nivel mundial depende en buena medida de la incorporación eficiente de las TIC's. Esto se considera una prioridad en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2019 del Gobierno de México. Este plan explícitamente persigue promover una mayor oferta de los servicios de telecomunicaciones, incrementar la inversión privada en el sector y, además, ofrecer infraestructuras que democratizan el uso de las TIC's para contribuir a mejorar el valor agregado de las actividades productivas del país.

Las líneas de acción del Plan Nacional de Desarrollo son congruentes con los objetivos específicos del sector turístico en materia de TIC's, ya que con ayuda del desarrollo de estas tecnologías se busca fortalecer la investigación y generación de los conocimientos turísticos junto con la mejora de la infraestructura, la calidad de los servicios y los productos turísticos. Este impulso a las TIC's es muy importante puesto que:

“...el turismo es un negocio esencialmente interterritorial con una necesidad muy grande de comunicaciones rápidas, fiables y seguras que permitan la promoción y comercialización de productos desde puntos de oferta alejados de los puntos de venta” (Martín, 1999: 3).

Las TIC's y en particular las redes (Internet, intranet y extranet) auxilian a que un país esté mejor conectado interior y exteriormente; y ello, no sólo respecto a oportunidades de comercio, sino también para que la sociedad civil y los gobiernos puedan ser más dinámicos en las diversas actividades en las que se enfocan (Puccio y Grana, 2008). Por tanto, no es posible hablar de un destino turístico competitivo si no se entiende cómo las TIC's ayudan a otros sectores que interactúan con el turismo y contribuyen adecuadamente a que éste sea más competitivo a nivel mundial.

Por ejemplo, los gobiernos a través de sus páginas *Web* (*e-government*) presentan información de forma continua y actualizada sobre servicios, reglamentos, nuevas regulaciones, por citar algunas, lo que fomenta transparencia y agilidad administrativa. Del mismo modo, también interactúan con la ciudadanía, los empresarios, los inversores y los desarrolladores de diversos proyectos, permitiéndoles la realización de trámites *en línea*, y ofreciendo muchos otros servicios que ayudan al sector turismo y a los demás sectores que indirectamente también intervienen en la actividad.

Es fundamental que México impulse el desarrollo y las innovaciones tecnológicas para potenciar su competencia turística; por ende se debe contribuir a generar ahorros importantes a los proveedores de servicios turísticos y a prestar un servicio más eficiente a los turistas (Martín, 1999; AMITI-CANIETI-FMD, 2006). Este impulso a las TIC's resulta especialmente importante para los destinos turísticos emergentes de bajo desarrollo económico, o que cuentan con recursos limitados para desarrollar estrategias competitivas (Polo y Frías, 2010).

En este sentido, las empresas turísticas pequeñas pueden resultar particularmente beneficiadas también, al poder darse a conocer en los mercados internacionales con una inversión mínima, dado que las TIC's, en términos generales, son relativamente accesibles desde el punto de vista económico (*Ibídem*), especialmente si se compara con otras herramientas de promoción y comercialización, como las costosas campañas de publicidad que suelen no estar al alcance del presupuesto de las pequeñas empresas turísticas.

13.3. Retos de la aplicación de las TIC's en la actividad turística

La actividad turística es un espacio en el que la tecnología converge y se conjuga con todos los servicios de carácter público, social y privado, cubriendo todos los ámbitos en los llamados centros turísticos receptores y emisores de visitantes. Esta fusión de tecnología y turismo permite que el país tenga mayores oportunidades económicas con atractivos proyectos de inversión tanto nacional como internacional.

El propósito de las tecnologías de información en el turismo es:

- Motivar al turista potencial para visitar nuestros destinos;
- Orientarle para que realice compras o reservaciones de productos turísticos;
- Informarle para la localización de rutas, vialidades, atractivos y servicios;
- Apoyarle para presentar quejas o sugerencias;
- Autorizarle transacciones de servicios turísticos indirectos o directos.

Además, las TIC's ofrecen oportunidades para la investigación y el desarrollo de nuevos productos específicos para determinados nichos de mercado, contribuyendo así a alcanzar una ventaja de competitividad a través de la diferenciación y la calidad del servicio.

13.4. Principales aplicaciones de las TIC's en el turismo

El uso de las TIC's en la actividad turística tiene diferentes funcionalidades. El acelerado avance la tecnología y las telecomunicaciones ha fomentado el uso de las TIC's, incrementando su utilidad para la vida diaria. Los dispositivos móviles, como *tablets* y teléfonos inteligentes (*Smartphone*), son herramientas por medio de las cuales las personas realizan compras, deciden viajes, efectúan transacciones financieras e incluso sirven de asistentes viales. El turismo no es ajeno a todo lo anterior, de ahí que en la carrera por ofrecer mejores expectativas de viaje e incrementar la competitividad de los destinos, se han desarrollado distintas herramientas tecnológicas que fortalecen la industria turística.

13.4.1. Aplicaciones móviles

Las aplicaciones móviles, conocidas también como *apps*, son aplicaciones informáticas que se ejecutan en dispositivos móviles electrónicos. Existen un sinfín de aplicaciones en la red, y la actividad turística no es la excepción. Sin embargo, en México estas herramientas aun no son aprovechadas adecuadamente para hacer más competitivo el sector turismo.

En España,¹⁰ por ejemplo, las aplicaciones de turismo se han convertido en la herramienta indispensable para los turistas durante sus distintas etapas de viaje. Según un estudio del Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas S.A. (SEGITTUR), de un total de 20 tipos de descargas móviles, las *apps* turísticas alcanzan el octavo puesto en descargas más populares (SEGITTUR, 2013).

¹⁰ En 2011, España fue el cuarto país más visitado del mundo con más de 56 millones de turistas internacionales.

13.4.2. Fuentes de información geográfica

Existen en la red diversas páginas que fungen como un simulador de la realidad de otras latitudes, representadas por medio de imágenes o recorridos virtuales por distintas partes del mundo. Una de estas herramientas es el programa informático *Google Earth*, por medio del cual el usuario puede obtener una vista del planeta y poder dirigir su cursor hacia cualquier sitio de su interés en el mundo. Los elementos de apoyo más populares de *Google Earth* son las imágenes que los propios usuarios suben a la red: rutas turísticas, distancias, sitios naturales, entre muchos otros.

Asimismo, el servicio de aplicaciones de mapas llamado *Google Maps* es una herramienta a la que recurren frecuentemente los turistas, sobre todo para ubicarse geográficamente, puesto que muchas guías impresas tienen información deficiente u obsoleta al respecto. Esta aplicación ofrece al usuario los nombres de calles junto con la ubicación de sitios de interés (bancos, museos, instituciones, monumentos, etc.), lo cual, desde la perspectiva turística, amplía las posibilidades para que el turista conozca más ampliamente un destino.

Google Street View, por su parte, es una característica de *Google Earth* y *Google Maps* que proporciona una panorámica tridimensional a nivel de calle. Por medio de esta herramienta los usuarios pueden acceder a una visita simulada por distintas ciudades. En México, este servicio comenzó a partir de noviembre de 2008, desde entonces ha ganado una popularidad extendida por la información que brinda sobre las características reales de las principales ciudades y destinos turísticos del país.

Recientemente *Google Street View* ha innovado los servicios que ofrece en algunos de los sitios y zonas más famosas del mundo. En el año 2012 este programa puso a disposición de los usuarios la posibilidad de hacer un *tour* virtual por la región del Amazonas en Sudamérica. En el primer semestre de 2013, *Google Street View* escaló a la Torre Eiffel en Francia, y ahora es posible obtener una panorámica de los alrededores de París, desde diferentes alturas de la torre.

En definitiva, *Google Street View* se ha convertido en una excelente herramienta para planificar viajes desde una computadora o dispositivo móvil. La aplicación genera una gran oportunidad para que restaurantes, hoteles, museos, negocios oficinas, tiendas especializadas, monumentos, zonas turísticas, lugares de recreación, entre otros, sean parte de un recorrido exploratorio de turistas interesados en recorrer una ciudad.

A pesar de ser una herramienta muy útil, la cobertura de esta aplicación aún es insuficiente, pues algunas localidades y regiones de interés turístico en México, están fuera del alcance de esta tecnología. En este tenor, las dependencias de turismo de los tres niveles de gobierno tienen la oportunidad de trabajar en un proyecto para que esta aplicación abarque más lugares de México, poniendo como meta, en la medida de lo posible, una cobertura total de los destinos y sitios turísticos de México.

13.4.3. Códigos QR

Un Código QR (*Quick Response Code*) es una especie de código de barras donde se almacena información codificada dentro de un cuadrado. Estos gráficos pueden ser leídos por teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles, por lo que su uso se ha extendido para un sinfín de aplicaciones. Entre las principales utilidades de los Códigos QR se encuentra la publicidad y el acceso directo a páginas Web.

Recién se ha hecho uso de los Códigos QR como una herramienta para mejorar la experiencia y aplicación de nuevas tecnologías en el turismo. Por ejemplo, la ciudad de Monmouth, Gales, se ha convertido en la primera *Wikipedia Town* del mundo: la parte antigua de la ciudad se ha colmado de placas que contienen códigos QR, los cuales remiten al visitante a información sobre cada sitio en particular, pudiendo acceder así el visitante a mucha más información de la que puede caber en una placa informativa. Este proyecto ha sido nombrado como *Monmouthpedia Project*.

13.5. Aplicación de TIC's en la actividad turística de Puerto Vallarta

Las TIC's ofrecen un enorme potencial para la comercialización y promoción de los destinos turísticos a través de herramientas fáciles de uso y muy accesibles para cualquier establecimiento. No obstante, los destinos mexicanos se están quedando rezagados en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

En el caso de Puerto Vallarta la situación es similar a lo que sucede en otros muchos destinos mexicanos. Especialmente en este destino llama la atención que las TIC's sean tan poco aprovechadas para aumentar su competitividad turística, dado que su principal mercado emisor, Estados Unidos, es uno de los países con mayor *Índice de Adelanto Tecnológico* (PNUD, 2001).

13.5.1. Sitios web

El sitio web de promoción de Puerto Vallarta, catalogado como la *guía oficial virtual* del lugar es visitapuertovallarta.com.mx. Este portal contiene información

turística del destino para los diferentes segmentos de mercado: desde actividades de aventura hasta la realización de eventos de pesca deportiva, golf y surfing, además de información sobre galerías de arte, entre otras. De igual forma se publican noticias periódicas sobre la oferta de ocio en el puerto. La información está disponible tanto en español como en inglés.

Esta página electrónica se da a conocer en diferentes redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Gmail*, *AOL* o *Yahoo*, mediante cuentas continuamente activas gracias a los comentarios de los usuarios sobre sus experiencias o próximos eventos. Estos comentarios son también vistos y monitoreados de forma constante por los promotores de turismo del gobierno local que se encuentran en los distintos módulos de información y en las oficinas de la Presidencia Municipal.

13.5.2. Módulos de Información al Turista

Respecto a las oficinas de información turística, Puerto Vallarta cuenta con distintos módulos situados en zonas de gran afluencia turística como son: el Malecón, la esquina de la Presidencia Municipal y junto al Molino del Agua. Además, existen otras dos dependencias con estos fines informativos dentro de la presidencia y en el Parque Hidalgo. En ellos se ofrece información impresa de la oferta turística de Puerto Vallarta, tanto en mapas, como en folletos de los lugares de interés.

Los promotores turísticos, llamados también guías turísticos, solamente proporcionan la información de la oferta turística (atractivos y servicios) para que el visitante elija a donde ir por sí mismo. No se produce una recomendación personalizada acorde con las necesidades específicas del cliente concreto, sino que se suministra información de una forma estándar y generalizada. Esto podría deberse a una falta de capacitación del informador o, en el peor caso, a una falta de interés.

13.5.3. Aplicaciones móviles del destino

La guía oficial del destino ofrece virtualmente una versión descargable para el móvil, pero aún no está habilitada para el público. Por otro lado, actualmente existe un proyecto denominado *Comparte Vallarta*, basado en la promoción de atractivos de Puerto Vallarta en redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. Dicho proyecto consiste en tomar fotografías del destino y subirlas a la red para su difusión; en compensación por realizar esta actividad, los usuarios que demuestren su participación en *Comparte Vallarta* pueden dirigirse a la oficina de

turismo, en donde se les entrega una serie de cupones de descuentos en hoteles, restaurantes, joyerías y tours de la zona.

13.5.4. Códigos QR

En febrero de 2013, Puerto Vallarta lanzó un proyecto para promover el arte y la cultura en el destino. Se trata de la utilización de calcomanías con Códigos QR en las esculturas del Malecón y algunos otros íconos de la localidad. Los turistas con teléfonos inteligentes son direccionados a la ficha técnica de la escultura, así como a la página de *visitpuertovallarta.com*. Lamentablemente, sólo seis meses después de su colocación, estas calcomanías con los Códigos QR se encuentran muy dañadas debido a la calidad del material empleado y su ubicación en el suelo. Actualmente se está trabajando en la recuperación y modificación de dichos letreros.

14. SEGURIDAD EN EL DESTINO

La crisis de la seguridad pública, por la que atraviesa México, se ha extendido también a las zonas turísticas. Esta situación, entre otros factores¹¹, ha tenido una grave repercusión en un menor flujo de turistas extranjeros al territorio nacional. La percepción de inseguridad se ha replicado por distintos estados del país; entre los que han sido identificados como inseguros para los turistas, se pueden mencionar entidades con una conocida tradición turística como Michoacán y Guerrero, y otros con mínima atracción de visitantes como Tamaulipas y Chihuahua.

La importancia que representa el turismo para México es indiscutible, al ser el motor de las economías locales de los destinos turísticos nacionales y una de las principales entradas de divisas al país; lo cual hace necesario mantener una imagen como nación segura para el turismo. En el escenario internacional, la imagen de México, como país, se ha visto menoscabada por la información que se transmite por los distintos medios de comunicación. Estados Unidos, principal emisor de turistas a México, ha lanzado alertas a sus ciudadanos para que eviten viajar a los destinos mexicanos debido al problema de inseguridad que se vive en México.

No obstante, la actividad turística no ha dejado de crecer según afirman algunas fuentes. Según la Confederación Nacional Turística, por ejemplo, en 2013 México podría superar el récord histórico de 13 mil 400 millones de dólares en captación de divisas por concepto de turismo. Sin embargo, dicha organización menciona también que esta tendencia no se debe precisamente al aumento en la llegada de turistas del extranjero, sino a que comienzan a llegar turistas con mayor poder adquisitivo que gastan más en el país, lo que supone un mayor impacto económico.

El aumento de la violencia genera incertidumbre en los turistas y condiciona de una forma decisiva su decisión de viaje, especialmente cuando dicho viaje se realiza vía terrestre e implica pasar por zonas que en el imaginario colectivo representan problemas de inseguridad.

14.1. Seguridad pública en Jalisco

El estado de Jalisco no ha sido la excepción a este ingente problema de seguridad que prevalece en el país, sobre todo la Zona Metropolita de Guadalajara (ZMG), que se ha visto afectada por *delitos de alto impacto social*¹². En ella, el crimen organizado ha creado toda una industria dedicada al narcotráfico, secuestro, asalto a bancos y otras acciones relacionadas a su vez con otros delitos no

¹¹ Como la recesión económica de Estados Unidos principalmente, al ser el principal mercado de turistas que arriban a México.

¹² Entre los *delitos de alto impacto social*, se incluyen el robo con violencia, homicidio, violación y secuestros.

menores como la trata de personas, el homicidio, los robos y las agresiones de carácter sexual.

14.1.1. Delitos del fuero común

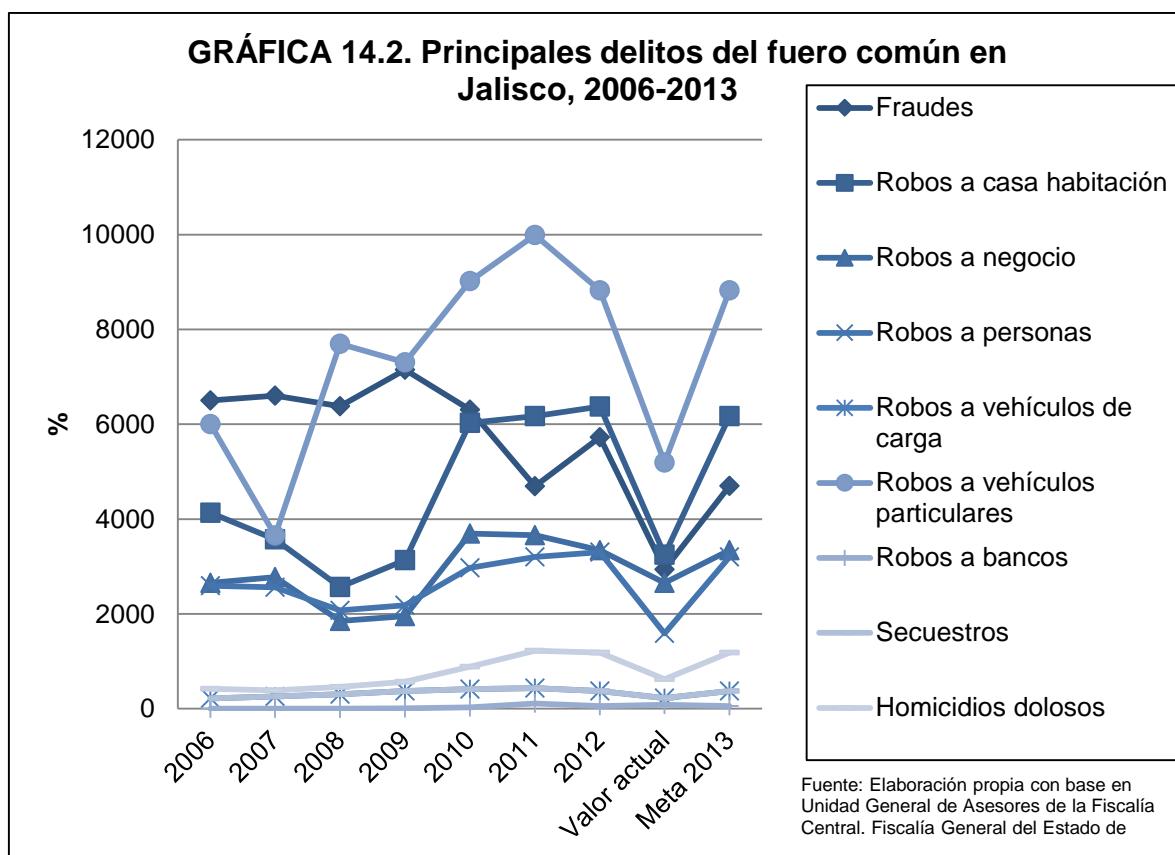
El problema de la inseguridad en Jalisco se ha incrementado desde hace casi ocho años hasta la fecha en los *delitos del fuero común*¹³. En 2006 se tuvo un registro de 72,226 delitos de este tipo y en 2012 estas cifras ascendían a los 89,689; es decir, en un periodo de seis años se incrementaron un 24.2%. 2010 fue el año en que estos delitos se multiplicaron de forma más sobresaliente, pues se alcanzó la cifra de 84,839; de ahí en adelante esta cifra apenas ha disminuido.



La Fiscalía General del Estado de Jalisco fijó como meta para 2013, el que no se rebasaran los 40 mil 500 delitos. Desafortunadamente, esta cifra ha sido superada, tan sólo en el primer semestre de lo que va de año, con 46 mil 653 delitos; es decir, durante los primeros seis meses de este año ya se ha incrementado en un 16.4% el objetivo fijado a nivel anual (véase Gráfica 14.1.).

¹³ Los *delitos del fuero común* son aquellos que se encuentran tipificados en el código penal de cada estado. Entre ellos destacan: los robos en sus distintas modalidades y los que atentan contra las personas y su integridad física.

Entre los principales *delitos del fuero común* que más impactan a la sociedad (véase Gráfica 14.2.), se encuentra el robo a bancos, a pesar de que son los establecimientos que cuentan con más seguridad. Las estadísticas de seguridad pública en Jalisco de los últimos años son demoledoras al respecto: por ejemplo, en 2006 se cometieron sólo dos robos bancarios, mientras que en 2011 este tipo de delitos alcanzó un crecimiento histórico, al llegar a 111 sucursales asaltadas. En 2012, sin embargo, esta clase de delitos disminuyó a 58. En el primer semestre de 2013 se han realizado ya 60 robos a bancos, rebasándose nuevamente en tan sólo mitad de este ejercicio, el objetivo anual establecido por la Fiscalía General del Estado de mantener estos delitos en un límite de 58 (véase Gráfica 14.2.).



Los robos de todo tipo se han incrementado notablemente durante el período 2006-2012: los robos a casa-habitación pasaron de 4 mil 136 a 6 mil 376; los robos a personas, de 2 mil 654 a 3 mil 301; los robos de vehículos de 6 mil a 8 mil 824; los robos a vehículos de carga de 220 a 375. En definitiva, los robos a personas experimentaron un incremento de casi el 25%, los robos a vehículos un

47%, los robos a casa-habitación un 54% y, finalmente, los robos a vehículos de carga sufrieron un alarmante 70% de aumento.

Los delitos de carácter meramente económico, como el fraude, pasaron de 6 mil 504 en 2006 a 5 mil 779 en 2012, siendo de los escasos delitos que han disminuido. Igual que en los casos anteriores, es probable que se supere la meta fijada a nivel gubernamental para 2013 en 4 mil 698 delitos de esta naturaleza, puesto que al 30 de junio del presente año, ya se habían efectuado 2 mil 940 delitos.

La extorsión telefónica es un caso especial, pues sólo se cuentan con cifras al respecto a partir del año 2009, en el que se registraron 165. Un año después este tipo de delito casi se duplicó en 453, y en el 2012 el total reconocido oficialmente fue de 295. En lo que va del primer semestre de 2013 se han registrado 238 extorsiones telefónicas, cantidad igual a la que se tiene por meta para todo el año.

14.1.2. Delitos de alto impacto social

Los homicidios dolosos experimentaron un ascenso importante entre los años 2006-2012, casi triplicándose, pues se pasó de los 425 a mil 183 durante este periodo. La meta de la Fiscalía General es que no se rebase esta lamentable cifra alcanzada para el 2012, aunque a finales de junio ya se habían producido 625 homicidios.

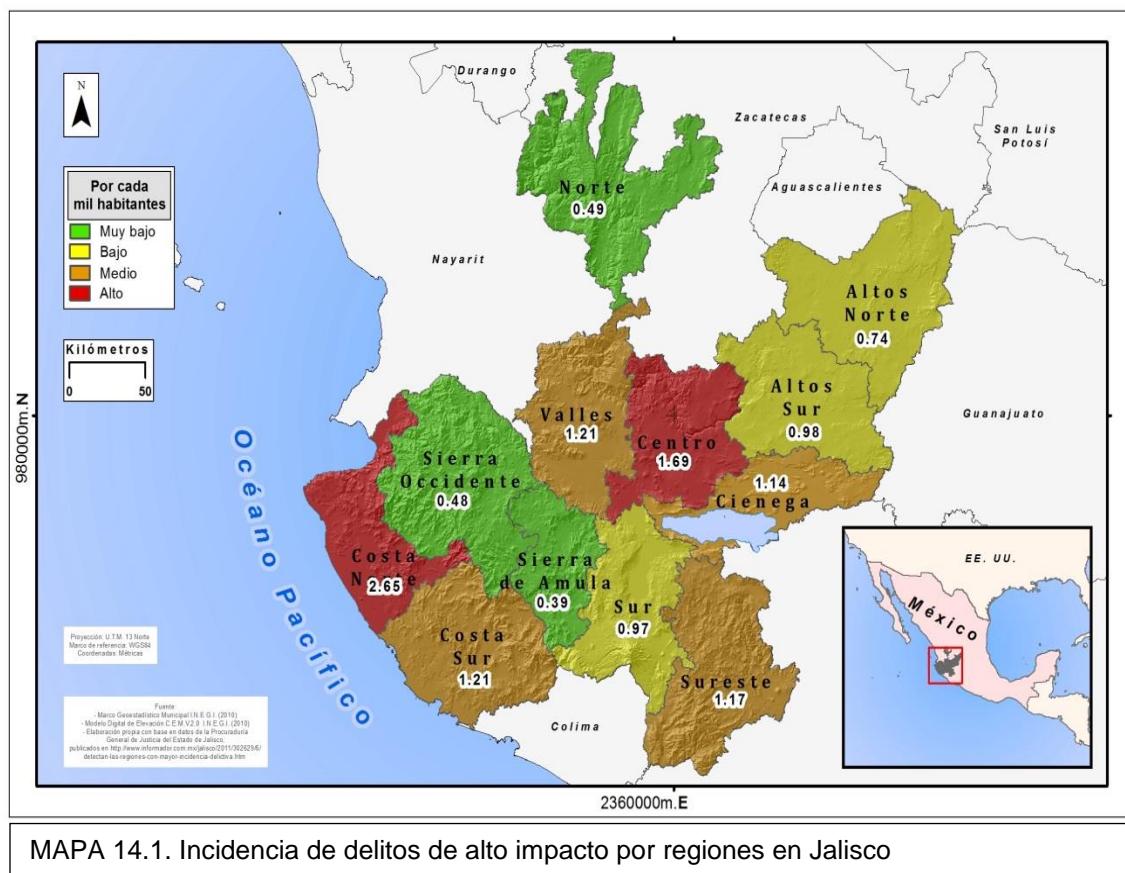
Otro de los delitos que impactan fuertemente a la sociedad es el secuestro. De 2006 a 2012, este delito tuvo su punto álgido en 2011, cuando alcanzó la máxima cifra histórica de 432, frente a los 220 ocurridos en 2006. En 2012 el número de secuestros disminuyó, en parangón con el año anterior, al registrarse 375 casos, cifra que no se quiere rebasar durante 2013, según la meta esperada por la Fiscalía General del Estado; aunque en el primer semestre ya se hayan realizado 225 secuestros.

En conclusión, de no realizarse acciones preventivas más eficaces para detener la delincuencia, seguramente al concluir 2013 podrían alcanzarse nuevas cifras históricas.

14.2. Seguridad por regiones

En el contexto estatal, el análisis de la seguridad arroja resultados interesantes. De acuerdo a información facilitada por la Secretaría de Seguridad Pública de

Jalisco, en el año 2011 las regiones con mayor índice de delitos de alto impacto fueron la Región Centro y la Región Costa Norte. Resulta relevante este dato si se toma en cuenta que la ZMG se localiza en la Región Centro y que Puerto Vallarta es la principal localidad de la Región Costa Norte; es decir, los dos principales destinos turísticos de Jalisco presentaron un nivel de incidencia delictiva más alto que las otras regiones de Jalisco (véase Mapa 14.1.).



En la información proporcionada se matiza que en el caso de Puerto Vallarta sólo se toma en cuenta el número de residentes en el municipio, pero no la población ambulatoria (turistas), que son poco más de 3 millones anuales; por lo tanto, los datos reflejan una imagen de seguridad que no es analizada en todo su contexto.

Por otro lado, las regiones Sureste, Ciénega, Valles y Costa Sur están clasificadas como de incidencia delictiva media; siendo estas tres últimas también zonas con tradición turística: la Región Ciénega abarca toda la Ribera de Chapala, mientras que la Región Valles comprende el Paisaje Agavero y la Ruta del Tequila; la Región Costa Sur, por su parte, integra el corredor turístico de Costalegre.

Según esta información, las regiones con un índice delictivo bajo son: Sur, Altos Sur y Altos Norte; en esta última se localiza San Juan de los Lagos, el tercer destino más visitado de Jalisco con más de 6 millones de visitantes anuales. Por último, las regiones Sierra Occidental, Sierra de Amula y Norte presentan los índices delictivos más bajos de todo el estado.

Por último, hay que tener en cuenta que en 2011 los delitos ocurridos por condición de denuncia ante el Ministerio Público fueron 1 millón 614 mil 809, de los cuales sólo 160 mil 896 fueron denunciados, esto significa que 1 millón 453 mil 913 no fueron denunciados. La cifra negra de ese año, es decir, el porcentaje de los delitos no denunciados fue del 93.8% (INEGI, 2011). Por lo tanto, las cifras reflejadas en la información anterior no reflejan la realidad de los delitos que se cometen en las regiones.

14.3. Seguridad en Puerto Vallarta

La región Costa Norte integra a los municipios de Cabo Corrientes, Tomatlán y Puerto Vallarta, siendo este último el que dispone de la más importante economía de la región gracias a su desarrollo turístico, y al ser uno de los lugares más visitados de México. Con una población fija de 275 mil 925 habitantes prevista para 2013, Puerto Vallarta es el municipio más poblado de la región, seguido por Tomatlán con 36 mil 708, y Cabo Corrientes con apenas 10 mil 495 habitantes (COEPO, 2011).

Esta región tiene una población flotante de 3 millones de personas al año, como característica especial; este fenómeno influye en el hecho de que el número de delitos por cada mil habitantes sea mayor que otros municipios. En este sentido, como dato relevante, el *Índice de Desarrollo Municipal* muestra que Puerto Vallarta tiene la tasa de incidencia delictiva más alta de Jalisco, con una cantidad de 21.36 delitos por cada mil habitantes, considerando la población residente exclusivamente (*Ibidem*).

Uno de los factores que ha tenido mayor impacto en la imagen de México y sus destinos turísticos en los últimos años ha sido sin duda la percepción de inseguridad. Un estudio realizado por *Millward Brown* para el CPTM denominado *La inseguridad en México* indica que la imagen de inseguridad del país se ha ido forjando a partir de las noticias de los medios de información, así como a través de las experiencias propias en los viajes, que a su vez se difunden de boca en boca.

Durante el 2012, el monitoreo realizado por *Millward Brown* muestra que la exposición a las noticias relacionadas con la inseguridad en México fue menor que

durante el 2011, debido a que otros temas de interés público ocuparon espacio en los medios de comunicación.

Desde la perspectiva del turista nacional, Puerto Vallarta no se encuentra en la lista de los 14 destinos percibidos como más inseguros, de acuerdo al estudio antes mencionado. En cualquier caso, la recomendación sigue siendo mantener una campaña que eleve la identificación de la marca Puerto Vallarta resaltando aspectos positivos de las experiencias que se pueden vivir allí, y comunicando claramente el valor agregado que ofrece este destino.

Por su parte, la percepción de inseguridad por parte del mercado estadounidense es un aspecto crítico. Sin embargo, el estudio de *Millward Brown* demuestra que la recomendación y la percepción de valor obtenido son aún más relevantes que dicha percepción de inseguridad por parte del turista, especialmente en el caso de aquellos que ya han visitado México y Puerto Vallarta en particular, casos en los que en su opinión, prevalece la buena experiencia que tuvieron durante su estancia.

14.3.1. Inseguridad y afectación al turismo

Puerto Vallarta es sin duda el caso más representativo de los centros turísticos jaliscienses que más han resentido la caída del mercado turístico extranjero - principalmente norteamericano-; mientras que en 2008 se registró la llegada de 3 millones 818 mil 732 visitantes extranjeros, en 2012 se experimentó una baja de hasta 3 millones 482 mil 010 de visitas. Según datos más recientes, en el primer semestre de 2013 se ha tenido el arribo de 1 millón 788 mil 427, siendo el objetivo esperado para 2013 de 3 millones 573 mil 975 turistas – cifra por debajo de lo que se logró en 2008 (SECTURJAL, 2013).

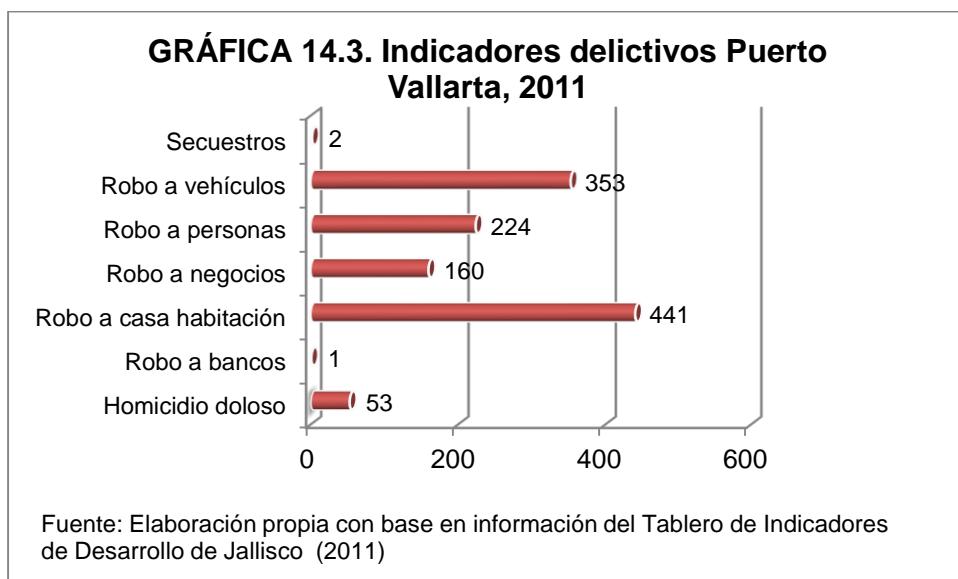
La disminución del turismo se ha notado drásticamente en cuanto a la llegada de cruceros procedentes de Estados Unidos a las costas de Puerto Vallarta. Mientras que en años anteriores se registraron 300 arribos anuales, en 2013 sólo se contempla la llegada de 80 cruceros. Sin embargo, las previsiones para 2014 parecen ser un poco más promisorias según comenta la Jefa de Relaciones Públicas de la Autoridad Portuaria de Puerto Vallarta.

Por otro lado, a la reducción de llegadas de cruceros se suma la disminución de vuelos nacionales e internacionales con destino Puerto Vallarta, registrados durante los primeros ocho meses de 2013. En este período sólo han arribado 27 mil 268 vuelos, mientras que en todo 2012 la cantidad fue de 52 mil 565. Como dato de referencia, en 2006 se tuvo el máximo histórico de 66 mil 244 vuelos.

En 2011, en la entrevista ofrecida al diario *El Informador*, Marco Antonio Barrera González -el entonces director de *Estadística y Política Criminal de la Secretaría de Seguridad Pública, Prevención y Readaptación Social* del gobierno de Jalisco- explicó que en los destinos turísticos el caso de la inseguridad pública debía tomarse en cuenta según las propias características de cada destino. Para él, en Puerto Vallarta, no debía considerarse sólo la población fija sino además la flotante, para que el índice delictivo del puerto fuera más real y disminuyera su nivel elevado, ya que, el no tomar en cuenta esta población flotante integrada por cerca de tres millones de visitantes nacionales y extranjeros cada año “da lugar al índice más alto de todo el Estado”.

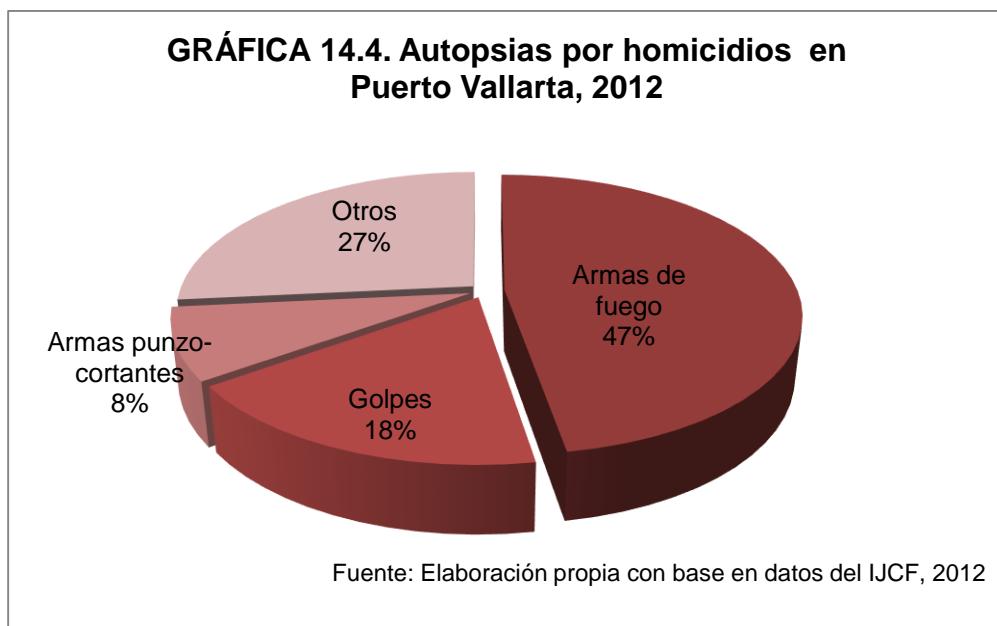
14.3.2. Incidencia delictiva

El municipio de Puerto Vallarta sobresale en la región por el número de homicidios dolosos (53) y los robos de todo tipo que se producen en la zona; especialmente a casa habitación (441) y a personas (224) (véase Gráfica 14.3.)



En el año 2011, se contabilizaron 5,250 delitos del fuero común en Puerto Vallarta, con una tasa de 20.56 delitos por cada 1,000 habitantes. Según estos datos, Puerto Vallarta presenta el mayor índice de delitos del fuero común de todo el estado, por encima del municipio de Guadalajara -que tiene una media de 19.41 delitos por cada mil habitantes-. El Instituto Jalisciense de Ciencias Forenses (IJCF) contabilizó en 2012, para este centro turístico, la cantidad de 67 homicidios dolosos realizados principalmente con armas de fuego. En lo que va de año, hasta

agosto de 2013 la cantidad de autopsias por homicidios dolosos reportada por el mismo IJCF ha sido de 28.



14.3.3. Delitos sexuales

Las zonas turísticas mexicanas, como también ocurre en otras áreas de similares características a nivel internacional, se caracterizan por la existencia del llamado turismo sexual; el mismo, deja grandes ganancias para aquellos que se dedican a promoverlo, incluidos entre otros, bandas de delincuentes y hasta ciertos grupos de turistas extranjeros¹⁴. El caso de Puerto Vallarta es destacado por diversos organismos internacionales por ser uno “de los epicentros del comercio carnal asociado a la prostitución infantil y a la trata de personas” (Infante, 2011).

Y es que, lamentablemente, “la trata de personas (...) genera ingresos millonarios”, como afirmaba a finales de 2011 la entonces titular de la Procuraduría General de la República, Marisela Morales, durante la reunión de titulares del Poder Judicial y procuradores estatales, en Boca del Río (Veracruz), y recogidas por el semanario *Proceso*. Meses antes, la PGR difundió un informe titulado *La trata de personas en el sector turístico*, en el que se afirmaba que un 90% de este tipo de actividad ilícita estaba concentrado en 18 de las 32 entidades federativas,

¹⁴ El *Reporte 2011* sobre tráfico de personas, elaborado por el Departamento de Estado de Estados Unidos, ubica a México en el quinto lugar en la incidencia de este delito en el continente, por debajo de República Dominicana, Haití, Brasil y Argentina.

siendo la mayoría de las víctimas mujeres rurales y extranjeras. Entre dichas entidades federativas “epicentro” de este negocio ilícito sobresale Jalisco. (*Ídem*).

Además de ser un centro turístico de indudable importancia, Puerto Vallarta y varios centros más de la región Costa Norte, cuentan con numerosos prostíbulos, *table dances* y centros gays, en los que se desarrolla la prostitución tanto femenina como masculina, y también la infantil. En dicha actividad participan no sólo enganchadores, proxenetas, propietarios de los centros o reconocidos pederastas, sino también “taxistas, personal de hoteles, guías de turistas y hasta algunos vendedores de tiempo compartido que, a cambio de comisiones económicas, contactan a los clientes, sobre todo extranjeros, con los prestadores de los servicios sexuales”(*Ídem*).

14.4. Perspectivas de seguridad

Para que el municipio de Puerto Vallarta pueda recobrar o mejorar su imagen ante el turismo internacional, no basta con el lanzamiento de campañas publicitarias, sino que efectivamente la seguridad pública en el puerto se incremente y mejore en su organización. Son varios los problemas ingentes que deben atacarse, entre ellos: el homicidio doloso, el tráfico de drogas y la prostitución de menores -delitos que en gran parte son responsabilidad de las redes del crimen organizado que, aunque operan en la región, pueden tener sus centros operativos tanto a nivel nacional como fuera del mismo. Para que estos delitos disminuyan es necesario que la corrupción también lo haga, ya que seguramente si ésta no existiera los índices de estos delitos tan deplorables no alcanzarían tales niveles. Es por ello que los diferentes niveles de gobierno deben actuar, desde sus distintos ámbitos, de manera coordinada para combatir el crimen organizado.

En esta línea, se debe actualizar el mapa criminógeno del municipio con el propósito de identificar las zonas rojas que más problemas presentan en cuanto a inseguridad, para una planificación mejor y más precisa de acciones que sirvan para combatir esos focos delincuenciales, sobre todo si se trata de áreas destinadas al turismo.

Las empresas hoteleras y los centros recreativos del municipio, y de la región en general, pueden coadyuvar a la solución de los problemas de violencia e inseguridad si se interesan por dar oportunidades de capacitación y de trabajo a los jóvenes provenientes de las zonas marginadas de la zona. El mismo gobierno estatal y municipal puede incrementar su oferta educativa de carácter técnico en servicios turísticos, sobre todo a los jóvenes, ya que son ellos los que están

mayormente expuestos a fenómenos antisociales como la prostitución, drogadicción y delincuencia.

Por último, y ante el continuo problema del consumo de drogas ilícitas se requiere un mayor número de centros de salud de carácter público, especializados en la rehabilitación de alcohólicos y drogadictos, que trabajen bajo una visión científica, humanista y comprometida con la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Ayuntamiento de puerto Vallarta (2010). *Plan de Desarrollo Municipal de Puerto Vallarta 2030*.
- Airports Council International (2011). *2011 Annual Report. The voice of the world's airports*.Montreal: Quebec. Airports Council International. Recuperado de:
<http://www.aci.aero/Airport-Service-Quality/ASQ-Awards/2012-Winners>
- AMITI-CANIETI-FMD. (2006). Visión México, 2020 Políticas públicas en materia de tecnologías de información y comunicaciones para impulsar la competitividad de México. Recuperado de:
http://neural3.ugto.mx/AgendaDigital/info/documentos_de_consulta/vision_Mexico_2020.pdf
- Banco de Desarrollo de América Latina (2011). *Desarrollo urbano y movilidad en América Latina*. Corporación Andina de Fomento. Banco de España. Colombia.
- Blanke, J. y T. Chiesa (2013). *The travel & tourism competitiveness report 2013. Reducing barriers to economic growth and job creation*. World Economic Forum. Switzerland. Recuperado de: <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013>
- Briceño, M. y B. Gil (2005). Ciudad, imagen y percepción. *Revista Geográfica Venezolana*, 46(1), 11-33.
- Brown, J. (2003). *A method for assessing highway qualities to integrate values in highway planning*. Journal of Transport Geography, Vol. 11. pp. 271-283.
- CCIM, Cámara de Comercio e Industria de Madrid–Confederación Empresarial de Madrid [CEIM] (2008). *Libro blanco del Turismo de Madrid. Madrid tiene mil caras, mil oportunidades*. 2008-2018. Madrid.
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (2013). Los retos de la infraestructura en México, 2013-2018. Recuperado de:
<http://www.cmic.org/cmic/economiaestadistica/2013/Retos.pdf>
- CESTUR, Centro de Estudios Superiores en Turismo (2011). Centros de Enseñanza Turística en México; Instituciones públicas y privadas de enseñanza turística en Jalisco (Dirección de Educación y Vinculación); Capacitación turística en el estado de Jalisco (Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística 1997-2000).
- CESTUR, Centro de Estudios Superiores en Turismo; Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y Universidad La Salle de Cancún. (2012). *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral turística a las necesidades del campo laboral*. México. SECTUR.

- Centro de Análisis de Políticas Públicas (2011). 10 puntos para entender el gasto en infraestructura en México. Evaluación de avances del programa carretero 2007-2012. México Evalúa. Recuperado de:
http://www.mexicoevalua.org/wp-content/uploads/2013/02/MEX_EVA-INHOUS-GASTO_INF_LOW.pdf
- CEA, Comisión Estatal del Agua. Recuperado de:
<http://www.ceajalisco.gob.mx/zcg-proyecto.swf>
- CPTM, Consejo de Promoción Turística de México (2012). *La inseguridad en México*. Millward Brown.
_____. (2013). Monitoreo de mercados y destinos.
- COEPO, Consejo Estatal de Población de Jalisco (2011). *Jalisco en Cifras*. Recuperado de:
<http://coepo.app.jalisco.gob.mx/swf/SIEGJALISCO/libros/PDF/libroJaliscoenCifras.pdf>
- Denstadli, J.M. y J.K. Jacobsen (2011). *The long and winding roads: perceived quality of scenic tourism routes*. Tourism Management, Vol. 32. pp. 780-789.
- Dupeyras, A. y N. MacCallum (2013). *Indicators for measuring competitiveness in tourism: a guidance document*. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Tourism Papers, 2013/02. Recuperado de:
<http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>
- Dupeyras, V. y J.C. Ramírez (2011). Una evaluación sobre la desregulación del mercado de aerolíneas en México. Economía Mexicana. Nueva Época, 20(1), 5-35.
- Eurostat (2009). Medstat II: Water and tourism' pilot study. Recuperado de:
<http://e.europa.eu/eurostat>
- FONATUR, Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2013). Recuperado de:
<http://www.fonatur.gob.mx/es/index.asp>
- Fondness, D. y B. Murray (2007). Passengers' expectations of airport service quality. Journal of Service Marketing, 21(7). pp. 492-506.
- Gobierno de Jalisco (2011). Programa Sectorial de Desarrollo y Fomento al Turismo. México.
- González R., L. Juan (2012). Plan de Marketing. Puerto Vallarta LGBT. Universidad de Cantabria. 104 p.
- Gössling, S., P. Peeters, C.M. Hall, J.P. Ceron, G. Dubois, L.V. Lehmann y D. Scott (2012). Tourism and water use: supply, demand, and security. An international review. Tourism Management, 33, 1-15.
- Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (2012c). Grupos Aeroportuarios de México. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012. (Boletín). Recuperado

de:

<http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349>

Grupo Aeropuertuario del Pacífico (s/f). Recuperado de:

[http://www.aeropuertosgap.com.mx.Incheon Airport en Corea del Sur](http://www.aeropuertosgap.com.mx.Incheon%20Airport%20en%20Corea%20del%20Sur),

[http://www.airport.kr. Changi Airport en Singapur](http://www.airport.kr.Changi%20Airport%20en%20Singapur),

<http://www.changiairport.com/>

INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2010). Censo de Población y Vivienda 2010, Jalisco. Principales resultados por localidad. Recuperado de:

http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est

_____. (2012). Encuesta nacional de victimización y percepción sobre la seguridad pública 2012. México.

_____. (2012). Perspectiva estadística Jalisco. Recuperado de:

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/estd_perspect/sep_2012/jal/pers-jal.pdf

_____. (2013). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENU).

Kasarda, J.D. (2008). The evolution of airport cities and the aerotropolis. Chapter 1 in *Airport Cities. The evolution* (London: Insight Media) 1-39. Recuperado de: <http://www.aerotropolis.com/files/evolutionChapter1.pdf>

Leff, Enrique (2005). "La geopolítica de la biodiversidad y el desarrollo sustentable. Economización del mundo, racionalidad ambiental y reappropriación social de la naturaleza", en Observatorio Social de América Latina (OSAL) *Conflictos sociales y recursos naturales*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Año VI. No.17. 263-274.

Lizárraga, C. (2006). Movilidad urbana sostenible: un reto para las ciudades del siglo XXI. *Economía, Sociedad y Territorio*, 6(22). pp. 283-321.

Marín G., Gustavo (2009). Turismo, Globalización y Desarrollo Local: Puerto Vallarta y los Retos del Porvenir. *Estudios Demográficos y Urbanos*. Vol. 24. Núm. 1. México: El Colegio de México. Pp. 219–247.

Martínez, C.I. (2011). Organización Espacial del Turismo de Cruceros en México. *Études Caribéennes*, Vol. 18. pp. 1-37.

Martínez C., Rogelio. (2009). Un Acercamiento al Turismo Religioso en Los Altos de Jalisco. *Orbis. Revista Científica de Ciencias Humanas*. Vol. 5. Núm. 13. Venezuela: Fundación Miguel Unamuno y Jugo. Pp. 47–66.

_____. (2011). Un Enclave de Turismo Religioso. *Rosa Dos Ventos. Revista del Programa de Pos Graduados en Turismo*. Vol. 3. Núm. 2. Brasil: Universidad de Caxias do Sul. pp. 276–283.

- Mendoza-Hauchecorne, E. (2013). La movilidad urbana como modus operandi que edifica ciudades. *Economía, Sociedad y Territorio*, 13 (42). pp. 571-575.
- Ministère de l'Écologie; du Développement Durable et de l'Énergie, (2013). Ville durable, aménagement, urbanisme, sites et paysages. *Paysages*. Recuperado de: <http://www.developpement-durable.gouv.fr/-Paysages-.html>
- Perroti, D.E. y R.J. Sánchez (2011). La brecha de infraestructura en América Latina y el Caribe. División de Recursos Naturales e Infraestructura. Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. Recuperado de: <http://www.eclac.org/publicaciones/>
- Pineda, L. (2008). Las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) como fuente de desarrollo tecnológico. *Universidad & Empresa*, 7(15), 137-149.
- Polo, A.I. y M. Frías (2010). The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *International Journal of Tourism Research*, 12, 34-48.
- Infante, M.A. "Vallarta, epicentro del comercio carnal". Proceso. Edición Jalisco, 10 de octubre de 2011. Recuperado de: <http://www.proceso.com.mx/>).
- PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2001). Informe sobre Desarrollo Humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio desarrollo humano. New York: Mundi
- _____. (2009). Informe sobre Desarrollo Humano Jalisco 2009. Capacidades Institucionales para el Desarrollo Humano Local. México.
- Puccio, H. y N. Grana (2008). La innovación como requisito para la competitividad turística. Una metodología para su descripción y análisis. *Gestión Turística*, 10, 59-76.
- Sánchez, F. y R. Moura (2005). Ciudades-modelo: estrategias convergentes para su difusión internacional. *Revista Eure*, 31(93), 21-34.
- Schwab, K. (2012). The Global Competitiveness Report, 2012-2013. Geneva: World Economic Forum. Recuperado de: <http://www.weforum.org/gcr>
- SCT, Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2013). Infraestructura de Transporte 2013-2018. Recuperado de: http://www.sct.gob.mx/uploads/media/Presentacion_RMC_Infraestructura_de_Transporte_2013-2018_01.pdf
- SEMADET, Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (2013). Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco. Guadalajara, Jalisco, México.
- SECTUR, Secretaría de Turismo (2013). Agendas de competitividad por destinos turísticos de México. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/B143>

- _____ (2013a). El Gobierno Chino se compromete a impulsar mayores flujos turísticos hacia México (Boletín 163). Dirección General de Comunicación Social. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/B163>
- SECTURJAL, Secretaría de Turismo del estado de Jalisco (2013). Recuperado de: <http://visita.jalisco.gob.mx/wps/portal/ptc/inicio>
- _____ (2012). Anuario estadístico 2012.
- _____ (2011). Anuario estadístico 2011.
- SEGITTUR, (2013). ESTUDIO DE MERCADO DE APPS TURÍSTICAS ESPAÑA SIICAEJ, Sistema Integral de Información de Cobertura de Aguas del Estado de Jalisco (2013). Recuperado de:
http://www.ceajalisco.gob.mx/siicaje.php#Escena_1
- Tello, J. M., G.C. Cerdá y P. Pardo (2012). Índice de competitividad turística de los Estados Mexicanos. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey. Recuperado de:
<http://cestur.sectur.gob.mx/index.php/publicaciones/estudios-e-investigaciones/calidad-y-comptetitividad>
- Tomassian, G.C., G. Pérez y R. Sánchez (2010). Políticas integradoras de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas iniciales. División de Recursos Naturales e Infraestructura.
- Troitiño, L. (2013). Ponencia "Usos turísticos del patrimonio". Centro Universitario de los Valles. Universidad de Guadalajara
- Vaca, D. (2012). Perfiles de infraestructura y transporte en América Latina. Caso México. Unidad de Servicios de Infraestructura. Centro de Estudios para América Latina. Recuperado de:
http://www.eclac.cl/perfil/noticias/noticias/7/29957/Caso_M%C3%A9xico.pdf
- Virgen, C.R., M. González y V.C. Hernández (2011). *La promoción y publicidad como estrategia en la gestión de destinos turísticos*. México: Servicios editoriales TRAUCO.
- Virgen A. y R. Carlos (2009). *El ciclo de vida de un producto turístico: Puerto Vallarta, Jalisco*. México.
- Wray, M., J. Laing y C. Voigt (2010). Byron Bay: an alternate health and wellness destination. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 158-166.



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

II. Agenda de Competitividad del Destino de Puerto Vallarta

Octubre de 2013

CONTENIDO

I.	EJES DE LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA – PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	1
II.	LINEAMIENTOS Y DIRETRICES ESTRATÉGICAS - PLAN ESTATAL DE DESARROLLO	2
III.	LINEAMIENTOS SECTORIALES - PLANES MUNICIPALES DE DESARROLLO.....	3
IV.	OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN	4
1.	OFERTA TURÍSTICA.....	4
2.	DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA	4
3.	SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA	5
4.	FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	6
5.	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA.....	7
6.	SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA.....	8
7.	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	8
8.	GESTIÓN DEL DESTINO	9
9.	TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA.....	10
V.	DESCRIPCIÓN DE LOS NUEVE FACTORES DE COMPETITIVIDAD	11
1.	OFERTA TURÍSTICA	11
1.1.	Oferta Cultural.....	11
1.1.1.	Museos y monumentos	11
1.1.2.	Zonas arqueológicas	11
1.1.3.	Las Rutas Turísticas.....	12
1.2.	Oferta de servicios turísticos	12
1.2.1.	Servicios de alojamiento.....	12
1.2.2	Servicios de alimentos y bebidas	14
1.2.3	Servicios complementarios.....	14
2.	DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA	15
2.1.	Calidad de Vida.....	15
2.2.	La productividad de la actividad turística	18
2.2.1	El empleo en el sector turístico.....	18
3.	SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA	19
3.1.	Sustentabilidad en el destino	19
3.1.1	Plantas de tratamiento de aguas residuales	19
3.1.2	Sistema de drenaje y alcantarillado	19
3.1.3.	Manejo de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	19
3.2.	Patrimonio natural	21
3.2.2.	Áreas Naturales Protegidas	22
3.3.	Normatividad ambiental	22
3.3.1	Ordenamiento ecológico territorial decretado	22
3.3.2.	Manejo de riesgo.....	23
3.3.3.	Planes y programas en materia de educación ambiental	24
3.4.	La certificación ambiental en el sector.....	24

4.	FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	26
4.1.	Instrucción escolar	26
4.2.	El recurso humano calificado para atender al sector	26
4.3.	La capacitación y la certificación turística	27
4.4.	Grado de satisfacción del turista.....	27
5.	ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA.....	29
5.1.	Conectividad aérea	29
5.2.	Conectividad carretera	30
5.2.1.	Oferta de transporte foráneo.....	30
5.3.	Transporte y movilidad urbana	31
5.3.1.	Calidad en el transporte local.....	32
5.3.2.	Imagen urbana	33
6.	SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA.....	34
6.1.	Percepción del nivel de inseguridad	34
6.2.	Incidencia delictiva	35
6.2.1.	Delitos del fuero común	35
6.2.2.	Homicidios dolosos.....	35
6.2.3.	Salud e integridad física.....	35
7.	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	36
7.1.	La promoción turística en el contexto estatal.....	36
7.2.	La promoción turística del destino	36
7.2.1.	Diversificación y segmentos de mercado.....	38
7.2.2.	La participación de las DMC's y operadoras mayoristas.....	42
7.3.	Fidelidad del visitante	42
8.	GESTIÓN DEL DESTINO	44
8.1.	Marco legal en materia turística	44
8.1.1.	Normatividad estatal.....	44
8.1.2.	Normatividad del destino a nivel local.....	44
8.1.3.	Planeación estratégica del destino	45
8.2.	Identificación de agentes para la gestión del destino	46
8.2.1.	Coordinación institucional.....	46
8.2.2.	Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil.....	48
8.2.3.	Coordinación multisectorial	49
9.	TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA.....	51
9.1.	Las TIC's en el contexto local	51
9.2.	Las TIC's y la actividad turística.....	51
9.2.1.	Portal de internet del destino	51
9.2.2.	Información al visitante	51
	BIBLIOGRAFÍA.....	53

I. EJES DE LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA – PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

México encamina sus esfuerzos en materia de turismo a través de un enfoque económico, en el que se espera que el potencial turístico del país genere una derrama económica importante, que además contribuya a la generación de bienestar social. Bajo esta perspectiva, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 (Gobierno de México, 2013) establece cuatro estrategias claves que orientan la coordinación de las tareas del poder ejecutivo con las de los poderes legislativo y judicial, y la integración de los gobiernos estatales y municipales. Así, el PND establece los ejes de política pública que determinan los objetivos nacionales, las metas y las estrategias que rigen la acción del gobierno para diversos sectores, incluyendo el sector turístico.

La primera estrategia del PND se enfoca en impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Se busca que todas las acciones de las entidades federativas y del gobierno federal, se dirigían de forma coordinada para que los presupuestos y programas sean congruentes con la política nacional turística. La segunda estrategia, enfoca sus esfuerzos en la innovación de la oferta turística y en la búsqueda de una posición más competitiva para México. Se apuesta por la generación de conocimiento mediante el fortalecimiento de la investigación; esto incluye el desarrollo de agendas de competitividad por destinos. Además, se busca la diversificación de los productos turísticos menos desarrollados, tales como el turismo cultural, el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo de salud y deporte, entre otros. Conjuntamente, se busca concretar un sistema nacional de certificación para asegurar la calidad de los productos y servicios turísticos.

La tercera estrategia del PND se sustenta en el incremento de las inversiones y un mayor financiamiento para el sector turístico. En este aspecto, la banca de desarrollo juega un papel fundamental para promover esquemas de financiamiento para el sector. Otro punto relevante, es la simplificación y agilización de los trámites para incentivar la inversión de las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la colaboración de los tres órdenes de gobierno. La cuarta estrategia del PND se encamina a que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar para las comunidades receptoras, y que el turismo contribuya a la sustentabilidad del país mediante el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico, y natural de México. Además, se hace un especial énfasis en el ordenamiento territorial, la seguridad integral y la protección civil.

II. LINEAMIENTOS Y DIRETRICES ESTRATÉGICAS - PLAN ESTATAL DE DESARROLLO

En lo que respecta al plan estatal de desarrollo del estado de Jalisco, éste se encuentra en proceso de elaboración, por lo que en este documento se analiza el plan estatal de desarrollo de Jalisco 2030 (Gobierno del Estado de Jalisco, 2010). Este documento contrasta notablemente con lo expuesto en el PND. El contraste consiste principalmente en el hecho de que el enfoque del plan estatal de Jalisco es meramente descriptivo; es decir, carece de elementos indispensables para la elaboración de un plan, como son los objetivos, estrategias y posibles líneas de acción. El plan tiene una narrativa abundante sobre los muy variados recursos naturales y culturales con los que cuenta el estado. Igualmente, presenta cifras sobre la capacidad de hospedaje y su distribución regional, el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan el estado, cifras sobre la derrama económica del sector turístico, las aportaciones al PIB y el número de personas ocupadas en restaurantes y servicios de alojamiento.

La única estrategia explícitamente mencionada en el plan estatal de desarrollo de Jalisco 2030, es la que indica que se ha implementado el uso de rutas turísticas como estrategia de consolidación, diversificación y competitividad turística para el estado. El propósito de las rutas turísticas es conseguir que mediante la integración de varios municipios, se genere un desarrollo turístico que sería muy difícil de alcanzar si cada municipio actuara de forma independiente y desarticulada. Es así como Jalisco busca el desarrollo de las economías de escala, la eficiencia del gasto público, el incremento de la estadía y el gasto per cápita para que beneficie a más de una comunidad en la región. El plan presenta 12 rutas: ruta del tequila, ruta de la sierra del tigre, ruta cristera, ruta Puerto Vallarta-Costa Alegre, Ruta Bicentenario, Ruta de la rivera, ruta del peregrino, Ruta Rulfiana, Ruta del Mariachi, Ruta Franciscana, ruta Wixarika, y la ruta Guachimontones.

Además, el plan estatal de Jalisco reconoce que la promoción de los atractivos turísticos de los municipios es insuficiente y que los municipios con importantes atractivos naturales y culturales no cuentan con una infraestructura hotelera y turística óptima para propiciar de forma adecuada el desarrollo de la actividad turística. Desafortunadamente, el plan no presenta estrategias o líneas de acción para atender estas deficiencias.

III. LINEAMIENTOS SECTORIALES - PLANES MUNICIPALES DE DESARROLLO

Actualmente, el Plan Municipal de Desarrollo (PMD) de Puerto Vallarta se encuentra en proceso de elaboración, por lo que en este documento se analiza el PMD Puerto Vallarta 2030 (H. Ayuntamiento Constitucional de Puerto Vallarta, 2010). Desafortunadamente, el PMD de Puerto Vallarta es meramente descriptivo. No posee los elementos para la elaboración de un plan: objetivos, estrategias y líneas de acción. El documento tiene una narrativa abundante sobre los muy variados recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio. Igualmente, presenta cifras sobre la capacidad de hospedaje y su distribución regional, el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan Puerto Vallarta, el perfil de los turistas, las actividades de cruceros, las cifras sobre la derrama económica del sector turístico, las aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB), y el número de personas ocupadas en restaurantes y servicios de alojamiento, entre otros.

El PMD de Puerto Vallarta presenta un resumen de la problemática del destino, que incluye el reconocimiento de la vulnerabilidad de Puerto Vallarta a los cambios del entorno local, regional e internacional; sin embargo, el plan carece de estrategias y acciones que contribuyan a minimizar los impactos internos y externos que se presentan o pueden presentarse a futuro. Para concluir, se puede decir que es positivo que el plan federal, el plan estatal (Jalisco) y el plan municipal de Puerto Vallarta consideren al turismo como un sector estratégico que puede contribuir de forma importante en la economía de los tres órdenes de gobierno. Sin embargo, el plan estatal y el plan municipal no responden a preguntas elementales, tales como: ¿Qué se quiere hacer? ¿Por qué se va a hacer? ¿Para qué se hará? ¿Cómo se hará? ¿En qué tiempo se alcanzarán las estrategias o líneas de acción? Al no poder responder a estas preguntas, se dificulta la realización de cambios indispensables para que el sector turístico sea competitivo.

IV. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

1. OFERTA TURÍSTICA

Objetivos:

- Contar con una oferta de productos turísticos que incluya otros perfiles de turistas.
- Aumentar el gasto y la estancia de los visitantes en el destino.
- Incrementar la afluencia de turistas en temporadas bajas.

Estrategias:

- Promover inversión en la remodelación de las instalaciones existentes para evitar su obsolescencia.
- Identificar y promover los productos turísticos con los que cuenta el destino.
- Desarrollar paquetes turísticos para cada segmento del mercado.
- Crear una red de información con los lugares emblemáticos del lugar.

Líneas de acción:

- Llevar a cabo una campaña de difusión del destino, que sea incluyente con la diversidad de atractivos turísticos.
- Crear planes de negocios específicos para cada producto turístico y así realizar la promoción de los sectores público y privado.
- Mejorar la difusión de la información de los productos turísticos.
- Realizar la remodelación de los lugares de alojamiento, con el fin de satisfacer las nuevas demandas y necesidades del cliente.

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

Objetivos:

- Generar encadenamientos hacia otros sectores que permitan la desconcentración de la actividad económica en torno al turismo.
- Crear oportunidades laborales para la población.

Estrategias:

- Estimular la actividad económica en las zonas marginadas.

- Fomentar el mejoramiento de la imagen urbana y el desabasto de servicios básicos.
- Incentivar el desarrollo de empresas locales y estímulos para la reinversión extranjera, evitando la fuga de los beneficios económicos.

Líneas de acción:

- Identificar las colonias que tengan el mayor rezago de servicios y proponer su mejora mediante la coordinación entre las dependencias públicas.
- Incentivar programas de rescate de espacios públicos y desarrollo empresarial.
- Descentralizar la actividad económica y fomentar la participación de otros sectores.
- Incorporar otros segmentos de turismo y actividades complementarias que permitan reducir la vulnerabilidad del mercado.

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

Objetivos:

- Demandar el tratamiento de aguas residuales, mediante redes de drenaje y Plantas Tratadoras de Aguas Residuales (PTAR's).
- Evitar el deterioro de los recursos naturales del lugar.
- Promover la actualización y la aplicación del Plan de Ordenamiento Ecológico Territorial, los Planes de Manejo de Áreas Naturales Protegidas y el Atlas de Riesgo.

Estrategias:

- Ampliar la cobertura del tratamiento de aguas residuales, drenaje y agua entubada.
- Promover un plan de separación y fomento de programas de reciclaje para reducir la producción per cápita de basura.
- Coordinar la aplicación de las políticas en materia territorial entre las distintas direcciones municipales e instancias estatales y federales.
- Fomentar las certificaciones ambientales en las empresas turísticas.

Líneas de acción:

- Proponer la identificación de las zonas que presenten mayor rezago en la cobertura de drenaje y agua entubada, así como generar programas para reducir las deficiencias existentes.
- Reducir las fuentes de abasto particulares de agua, al incrementar la cobertura de agua entubada.
- Plantear el incremento de la capacidad de las PTAR's.
- Propiciar programas que incentiven el reciclaje de basura.
- Formular la reestructuración de las rutas de recolección e incorporación de nuevas unidades.
- Plantear el desarrollo de un nuevo sitio para la disposición final de residuos derivados de la actividad turística (plásticos, pet, envases, botellas, vidrio, alimentos).
- Proponer la actualización y aplicación del Plan de Ordenamiento Ecológico Territorial y del Atlas de Riesgos.
- Impulsar la reestructuración de los Planes de Manejo de las Áreas Naturales Protegidas de “El Salado” y “Los Arcos”.
- Articular la planificación territorial del sector turístico entre las diferentes instancias privadas y sociales y las dependencias gubernamentales.

4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Objetivos:

- Proponer la actualización de los modelos de instrucción y de vinculación entre instituciones educativas y el sector empresarial.
- Impulsar una cultura empresarial en la formación y capacitación profesional de los recursos humanos.

Estrategias:

- Crear programas educativos y de formación profesional de acuerdo a las exigencias de la demanda turística nacional e internacional.
- Vincular el sector privado y los centros educativos.
- Incrementar la calidad del servicio mediante la capacitación de los profesionales del sector.

Líneas de acción:

- Incrementar la formación de profesionales en el sector en los niveles básicos y medio superior.

- Coordinar las instituciones educativas y el sector privado, que permita contar con recursos humanos mejor capacitados.
- Actualizar los planes de estudio con una orientación de competencias profesionales y técnicas, relacionadas con la operación y gestión de las empresas del sector.
- Fomentar la profesionalización de los recursos humanos.
- Incentivar la certificación de empresas y el diseño de programas de capacitación del personal.

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

Objetivos:

- Proponer una mejora en la transportación y conectividad de Puerto Vallarta, mediante la coordinación de las dependencias, la capacitación del personal y la incorporación de servicios complementarios.
- Promover la modernización de la infraestructura carretera.
- Mejorar las instalaciones, servicios y señalética de la central de autobuses.
- Fomentar la consolidación del turismo de cruceros.

Estrategias:

- Fomentar la oferta de servicios complementarios, la capacitación del personal y la adecuada coordinación entre instituciones encargadas del aeropuerto.
- Coordinar, con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la adecuada gestión, seguridad y la implementación de servicios complementarios en las carreteras del estado de Jalisco.
- Propiciar un mejoramiento en los servicios de la terminal de autobuses.
- Incentivar el turismo de cruceros con mejores servicios y favorecer la coordinación con otros puertos.
- Facilitar, en las áreas de playa, instalaciones sanitarias, acceso para personas con discapacidad física, áreas de sombra, recolección de desechos y estacionamientos.

Líneas de acción:

- Implementar e innovar servicios complementarios en el aeropuerto que le permitan competir según estándares internacionales
- Coordinar los organismos estatales y federales para mejorar la gestión del aeropuerto.

- Crear mecanismos en los que se mejore el servicio que prestan los agentes aduanales en el aeropuerto.
- Impulsar la modernización de la infraestructura carretera.
- Generar servicios complementarios e incorporar atractivos turísticos en los trayectos de las carreteras de Jalisco.
- Impulsar la accesibilidad y seguridad en las carreteras.
- Fomentar mecanismos de apoyo para que los prestadores de servicios turísticos puedan ofrecer servicios de calidad en la terminal de autobuses.

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

Objetivos:

- Promover, con las dependencias correspondientes, la reducción de los índices de inseguridad en Puerto Vallarta.
- Trabajar en la imagen de Vallarta, como un destino turístico playa seguro.

Estrategias:

- Generar programas que permitan reducir la desigualdad social, la marginación y el desempleo.
- Promover programas y acciones para reducir los índices de inseguridad.

Líneas de acción:

- Generar alternativas para erradicar la corrupción institucional.
- Identificar las principales zonas delictivas y coordinar con las dependencias correspondientes programas de recuperación de espacios públicos.
- Generar programas que reactiven la economía en zonas marginadas.
- Fomentar acciones preventivas dirigidas a reducir la delincuencia.
- Crear campañas para contrarrestar la mala imagen del destino respecto a la seguridad.

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivos:

- Promover el destino turístico en temporadas de baja afluencia.
- Fortalecer una única marca turística de Puerto Vallarta.
- Atraer nuevos segmentos de mercado.

Estrategias:

- Innovar estrategias de promoción y comercialización en las redes de información.
- Impulsar diferentes tipos de campañas de información para cada uno de los productos turísticos con que cuenta el destino.
- Fomentar la marca turística de Puerto Vallarta en los mercados potenciales tanto a nivel nacional como internacional.

Líneas de acción:

- Crear un plan estratégico para la consolidación de la marca turística de Puerto Vallarta.
- Realizar una integración de los atractivos turísticos que distinguen al destino.
- Llevar a cabo campañas de difusión con los actores involucrados en el sector turismo.

8. GESTIÓN DEL DESTINO

Objetivos:

- Coordinar las diferentes dependencias en los tres niveles de gobierno, sector privado, sociedad civil y demás actores involucrados en el desarrollo del sector turístico.

Estrategias:

- Formular e implementar estrategias para el sector turístico en consenso y planeación con los actores involucrados.
- Proponer la vigilancia y actualización de la normatividad vigente.

Líneas de acción:

- Articular las acciones y estrategias en el sector turismo con los diferentes actores involucrados.
- Trabajar de manera conjunta con las autoridades del sector turístico en sus tres niveles: federal, estatal y municipal.
- Impulsar políticas públicas que repercutan en el sector.
- Presentar iniciativas de proyectos de gran impacto para detonar la competitividad turística del destino.

- Proponer el incremento del presupuesto estatal y federal asignado al desarrollo y fomento al turismo.
- Desarrollar e implementar planes estratégicos y operativos a corto, mediano y largo plazo por parte de las autoridades del sector turístico.
- Realizar mecanismos para el cumplimiento eficiente del reglamento respecto al ambulantaje en playas y en espacios públicos.
- Generar una planeación del destino y de las actividades turísticas, con datos estadísticos confiables.

9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA

Objetivos:

- Dar a conocer el destino a través del uso de las nuevas tecnologías.
- Proporcionar información del destino de una manera eficaz y eficiente.

Estrategias:

- Dar seguimiento y mantenimiento a los proyectos y programas para la utilización de las TIC's.
- Usar las nuevas herramientas de comunicación.

Líneas de acción:

- Generar información novedosa para el turista.
- Dar a conocer los beneficios del uso de las redes sociales en la industria de los viajes.

V. DESCRIPCIÓN DE LOS NUEVE FACTORES DE COMPETITIVIDAD

1. OFERTA TURÍSTICA

1.1. Oferta Cultural

1.1.1. Museos y monumentos

Existen cuatro museos en la localidad que resguardan diversas obras para la conservación de la historia de algunos lugares específicos de Puerto Vallarta:

- *Museo Histórico Naval de Puerto Vallarta.* Ubicado al final del Malecón, justo al lado del teatro al aire libre, presenta la historia náutica de México, a partir de la conquista y hasta la época moderna.
- *Museo de la Isla de Río Cuale.* En este museo se exhiben algunos objetos rescatados del Centro Ceremonial de Ixtapa, formado por montículos diseminados.
- *Museo Regional de Antropología.* Muestra las tradiciones y costumbres de algunos grupos nómadas que habitaban la Región Occidental de México en la etapa prehispánica.
- *Galería-Museo Manuel Lepe.* Muestra un gran número de las obras del artista Manuel Lepe, un conocido pintor nacido en Puerto Vallarta en 1936.

De acuerdo con el *Inventario Cultural* (CONACULTA, 2013), Puerto Vallarta cuenta con 11 monumentos, de los cuales: tres se clasifican como arquitectónicos, dos como históricos, uno como arqueológico y cinco monumentos en honor a personajes de la historia nacional. Destaca el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe, caracterizado por la corona de fibra de vidrio que exhibe en su torre angular.

1.1.2. Zonas arqueológicas

En el municipio de Puerto Vallarta se ubica *El Centro Ceremonial de Ixtapa*, formado por 29 montículos diseminados en una superficie de 10 hectáreas aproximadamente. Uno de los montículos mayores, destruido parcialmente, tiene un diámetro de 40 metros y una altura de 7 a 8 metros.

Se cree que también había juego de pelota y que fue construido por tribus de la cultura Aztatlán que se asentó en el valle entre 900 d.C. y el 1200 d.C. Algunos de los objetos que se han rescatado del área se encuentran en exhibición en el Museo de la Isla del Río Cuale.

1.1.3. Las Rutas Turísticas

Cada vez es más frecuente que los países que quieren atraer mayor cantidad de visitantes, busquen diversificar su oferta a través de rutas turísticas temáticas. Valdría la pena tomar en cuenta este elemento para el caso de Puerto Vallarta, ya que el paisaje de las carreteras de acceso al municipio es diverso y rico en vegetación. Dado que la visita de un destino comienza desde el camino hacia él, el paisaje puede ser puesto en valor partiendo de los elementos mar y montaña con los que cuenta Puerto Vallarta.

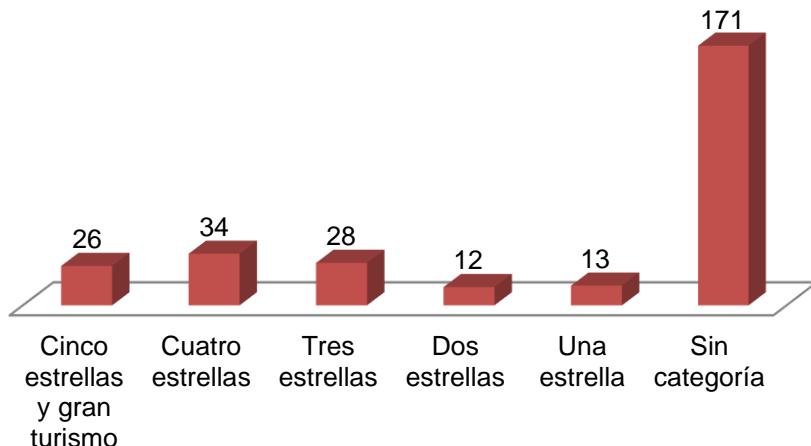
En este municipio inicia la ruta ecoturística *Puerto Vallarta-Costalegre* desarrollada por SECTURJAL. Esta ruta bordea las costas jaliscienses y abarca diversos puntos comprendidos entre ambos destinos jaliscienses, con una amplia variedad de atractivos y servicios de atención al visitante.

1.2. Oferta de servicios turísticos

1.2.1. Servicios de alojamiento

Puerto Vallarta cuenta con 284 unidades económicas de hospedaje, que en su mayoría son establecimientos sin categoría turística (60%), entre los que se encuentran: albergues, departamentos, *bungalows*, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, moteles, villas, posadas, pensiones y *trailer park* (véase Gráfica 1.1.).

GRÁFICA 1.1. Establecimientos de hospedaje en Puerto Vallarta, 2012



Fuente: Elaboración propia con base en datos de SECTURJAL (2012).

En el 2012, la planta total de hospedaje de Puerto Vallarta contaba con 11 mil 770 habitaciones. Durante los últimos años, el dinamismo de la actividad turística trajo consigo un crecimiento constante de las unidades rentables en el sector hotelero; sin embargo, desde el 2001 comenzaron a presentarse altibajos en la oferta de cuartos. En 2012, los hoteles *gran turismo* y los de tres estrellas reportaron un decrecimiento en la disposición de sus unidades rentables (véase Tabla 1.1.).

TABLA 1.1. Número de cuartos, Oferta Hotelera por categoría									
Año	Gran Tur.	Categoría según estrellas					Clase Económica	Sin Clasif.	Total
		5	4	3	2	1			
2001	2,433	2,484	2,684	1,704	349	275	325	---	10,254
2002	2,350	2,553	2,684	1,704	349	275	325	---	10,240
2003	2,350	2,760	2,830	1,745	328	284	325	---	10,622
2004	2,470	2,640	2,830	1,745	328	284	325	---	10,622
2005	2,370	2,739	3,482	1,612	306	321	369	---	11,199
2006	2,358	2,592	3,215	1,585	272	342	345	125	10,834
2007	2,054	3,111	2,875	1,652	272	342	350	164	10,820
2008	1,966	3,340	2,795	1,589	277	355	400	162	10,884
2009	1,966	3,340	2,710	1,589	329	355	400	162	10,851
2010	2,080	3,294	2,848	1,516	348	327	385	162	10,960
2011	2,602	2,683	2,681	1,490	311	295	322	163	10,547
2012	2,262	3,693	3,221	1,410	341	356	324	163	11,770

Fuente: Elaboración propia con base a los Anuarios estadísticos 2001-2012, SECTURJAL

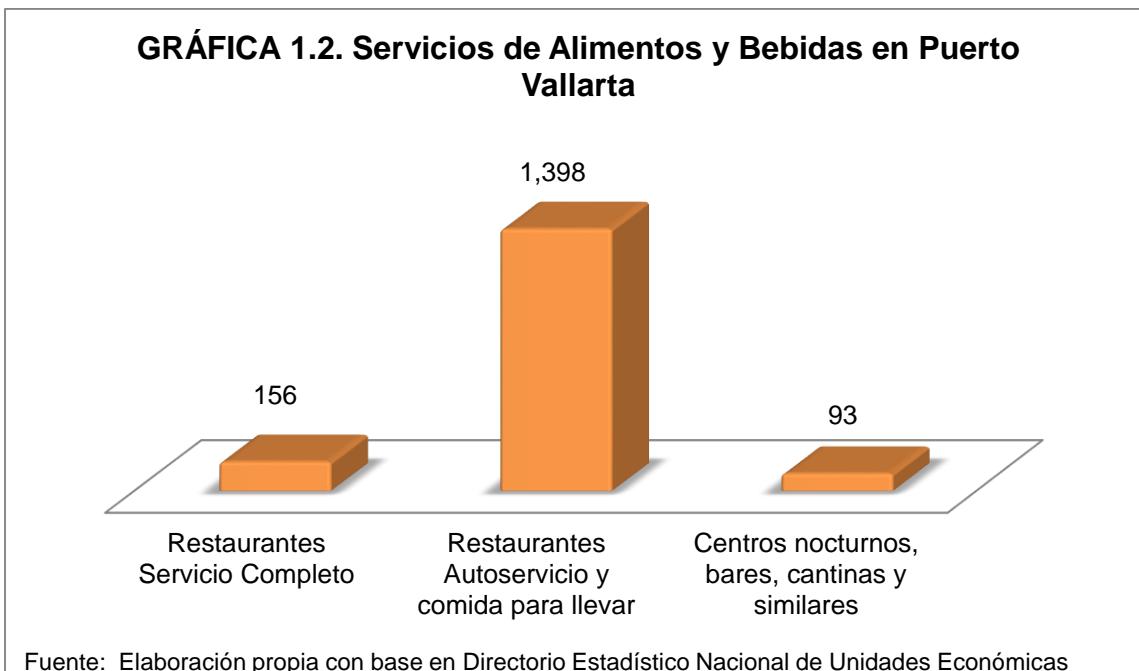
La oferta de habitaciones está dominada por las categorías de gran turismo, cinco y cuatro estrellas, las cuales concentran 9,176 unidades, lo que representa el 78% de la oferta. La categoría con mayor número de habitaciones son los hoteles de cinco estrellas (6,693), seguido de los de cuatro estrellas (3,221) y los de gran turismo (2,262).

La oferta de condominios también está presente en la actividad turística de Puerto Vallarta. En el 2012, se integraron a la oferta de alojamiento 8,905 unidades rentables, observándose una disminución respecto del año 2010, en el que se contaba con 9,250 llaves. Los condominios representaron el 43% de la oferta de alojamiento en Puerto Vallarta en el año 2012, lo que evidencia que la estructura del destino ha correspondido a una oferta principalmente extra hotelera, ya que ninguna de las categorías de hospedaje hotelero alcanza por sí sola dicho volumen de cuartos ofrecidos. De entre las consecuencias de este fenómeno podría derivarse el hecho de que el gasto del turismo no continúe creciendo, y el

que la masa crítica que mueve al turismo, de acuerdo con el modelo tradicional, haya detenido su participación y, por lo tanto, la evolución del destino.

1.2.2 Servicios de alimentos y bebidas

Puerto Vallarta también cuenta con una amplia oferta de servicios de restauración: en la zona existen 1,647 establecimientos que ofertan alimentos y bebidas; una amplia oferta gastronómica, tanto en la zona urbana como en la zona hotelera, donde se ofrecen platillos típicos de la región, alta cocina mexicana y hasta comida internacional (véase Gráfica 1.2.).



1.2.3 Servicios complementarios

El Ayuntamiento de Puerto Vallarta cuenta con 10 guías turísticos encargados de informar y asesorar a los visitantes sobre las posibilidades de ocio y esparcimiento de la zona. Estos profesionales se encuentran ubicados en distintos módulos de información ubicados en las zonas de mayor afluencia de turistas –dos guías en cada uno de los tres módulos de información- y otros dos guías se encuentran en las dos oficinas de turismo del municipio. Además, de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2013), en la localidad operan 45 agencias de viaje.

Por otro lado, Puerto Vallarta ofrece artesanías principalmente de *talavera*, en ellas se representa una mezcla de técnicas españolas, italianas, chinas e

indígenas. Igualmente se elaboran guaraches y sandalias de cuero, los zapatos estilo “Vallarta” y vestidos de manta con bordados a mano con motivos mexicanos, las cuales se encuentran a la venta en los distintos mercados de la zona. Así mismo, en el municipio existen 2 campos de golf, 2 parques con instalaciones recreativas como: balnearios, unidades deportivas, clubes sociales, parques temáticos, entre otros. Además, cuenta con una marina turística (*Ibídem*).

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

2.1. Calidad de Vida

Dadas sus notables condiciones económicas, Puerto Vallarta registra niveles de bienestar social, en general, por encima de otros municipios del estado de Jalisco, y muy cercanos a los estándares que registran los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). El Índice de Desarrollo Humano (IDH) para el año 2005 de Vallarta, es considerado *alto* (0.876), incluso mayor al IDH estatal (0.82) y del resto de municipios del estado, exceptuando a Guadalajara y Zapopan. Con respecto a los componentes del IDH, Puerto Vallarta destaca muy por encima de la mayoría de municipios del estado en cuanto a esperanza de vida al nacer, alfabetismo, salud e ingreso promedio de sus habitantes. En este último rubro sólo es superado por el municipio de Zapopan, que para el año 2005 reportó un ingreso de 16,356 dólares per cápita en paridad del poder adquisitivo (PPC), comparado con 14,987 dólares de Vallarta (PNUD, 2009).

El Índice de Desarrollo Municipal (IDM) de este destino de playa jalisciense destaca también en factores, tales como: participación ciudadana en elecciones, transparencia en la información pública, eficiencia gubernamental y los relativos a delitos del fuero común. Respecto a este último indicador, en Puerto Vallarta se considera como *muy alto*, sólo por debajo de Guadalajara, y muy por encima del que registran los municipios de Tonalá, Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga (véase Tabla 2.1.).

TABLA 2.1. Índice de Desarrollo Municipal, Puerto Vallarta 2012

Región	Costa Norte
Índice	71.38
Grado	Muy Alto
Lugar estatal	2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del COEPO (2013).

Con respecto al IDM concerniente al desarrollo económico, funcionamiento institucional, condiciones sociales y medio ambiente, el municipio de Puerto

Vallarta se ubica en todos esos aspectos en la categoría de *muy alto*; solamente en lo relativo al desarrollo social y económico se encuentra por debajo de Guadalajara y Zapopan, pero sí superando al resto de municipios de la ZMG. Estos resultados ponen de manifiesto que Vallarta ofrece unas condiciones de hábitat y calidad de vida altas para sus pobladores, con aceptables servicios de educación, salud, funcionamiento institucional y condiciones medioambientales. Lo anterior permite afirmar que, siendo un municipio eminentemente turístico, los impactos sociales y económicos de esta actividad han sido, en lo general, muy favorables en términos de bienestar y calidad de vida para sus habitantes.

Si bien es cierto que Puerto Vallarta mantiene estándares de calidad de vida comparativamente altos con respecto al resto de municipios de Jalisco, aún presenta algunos rezagos en indicadores que impactan la competitividad y el bienestar de sus habitantes. Uno de ellos es el grado de conectividad, el cual se mantiene en un nivel bajo; otro es la poca diversificación de su economía, que al estar centrada en la actividad turística incrementa su vulnerabilidad ante posibles contingencias externas, dada la fuerte dependencia existente del mercado estadounidense.

De igual relevancia son los efectos que el crecimiento urbano y los desarrollos turísticos -altamente concentrados alrededor de la bahía- están teniendo sobre el entorno natural, constituyéndose en una amenaza para las zonas selváticas, los humedales, la montaña y el conjunto de ecosistemas que dependen de ellos.

En la consulta pública realizada en el año 2010, en el marco de la elaboración del *Plan Estatal de Desarrollo 2030*, se tomaron en cuenta los cuatro grandes conjuntos de factores que afectan las condiciones de bienestar de las personas, tales como: I) empleo y crecimiento, II) desarrollo social, III) respeto y justicia, y IV) buen gobierno. Los resultados de dicha encuesta a nivel nacional son bastante ilustrativos y sorprendentes, considerando la realidad que se describe a partir de la información estadística existente. Con relación al empleo y al crecimiento económico, cerca del 20% de los encuestados opina que el desempleo constituye el principal problema del país, seguido de la existencia de empleos mal pagados con un 16.5% de las respuestas, la baja competitividad con el 12.5%, la baja capacitación con el 11.6%, y la insuficiente infraestructura con el 11.5%.

Estos resultados contrastan en cierta medida con el escenario económico que se presenta en otras estadísticas, y ponen en tela de juicio las supuestas bondades de la actividad turística y sus efectos sobre el bienestar. Lo anterior queda de manifiesto al analizar las opiniones relativas al desarrollo social por parte de la

población vallartense, quien considera que entre los principales cuatro problemas que afectan el desarrollo social están: los deficientes servicios de salud (25.4%), el deterioro del medio ambiente (17.7%), la pobreza, desigualdad y marginación (12.4%), así como el bajo nivel educativo (12.2%).

El ambiente institucional es otro factor que afecta al desarrollo económico y social de la población, y que incide en la competitividad de un territorio, como afirman diversos organismos evaluadores de la competitividad, como el Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO) y el Foro Económico Mundial (*WEF*, por sus siglas en inglés). Este aspecto fue también consultado en el marco de la elaboración del *Plan Estatal de Desarrollo 2030* antes citado, concretamente en los apartados III y IV de la consulta realizada, donde se abordaban factores relacionados con el respeto y la justicia y el buen gobierno. Del primero de ellos, llama la atención el hecho de que la población percibe un entorno institucional débil, caracterizado por una deficiente prevención del delito (24.5% de las opiniones), escasos resultados en la procuración de justicia (23%), inseguridad en carreteras y caminos (12.6%) y policías y agentes sin capacitación (12.5%).

De igual manera, respecto a la evaluación del gobierno destaca la percepción de una limitada participación ciudadana -uno de los rasgos que mejor caracterizan a las sociedades-, ya que es vista por el 18.8% de los participantes en la consulta como uno de los principales problemas que interfieren en el logro de un buen gobierno. También el deficiente transporte público es considerado por el 19.2% de los consultados como el principal problema en el campo de un buen gobierno; dicha circunstancia relativa al transporte, efectivamente constituye uno de los más graves rezagos urbanos que padece Puerto Vallarta y que no ha sido resuelto aún.

Existen dos conductas que de forma recurrente han caracterizado a las anteriores administraciones municipales y que indudablemente afectan la relación entre gobierno y gobernados. Estas conductas tienen que ver con la deshonestidad y mala preparación de los servidores públicos (con un 14.9% de las opiniones), así como con la falta de transparencia y rendición de cuentas (17.9%). Esto es claramente percibido por la población como factores que impactan negativamente el buen gobierno.

Es evidente que el conjunto de factores de tipo económico y social inciden en la dinámica económica, la competitividad y el bienestar social de la población, y es de destacar que la percepción de la población local contrasta diametralmente con los altos indicadores de bienestar que muestran otros datos, en particular lo relativo al IDH y los bajos niveles de pobreza y de marginación que se atribuyen al

municipio. Seguramente ello se deba al hecho de que dichos indicadores describen valores promedio, sin atender a las cuestiones de dispersión y distribución de los mismos.

En definitiva, en lo referente al grado de bienestar social, económico y de desarrollo humano, Puerto Vallarta mantiene un nivel de marginación y rezago *muy bajo*, dando cuenta una calidad de vida aceptable, de acuerdo a los parámetros establecidos por las instituciones y organismos evaluadores (COEPO, 2012).

2.2. La productividad de la actividad turística

2.2.1 El empleo en el sector turístico

En términos de generación de empleos los efectos del turismo son evidentes; la llamada “industria sin chimeneas” emplea de forma directa a más del 30% del personal ocupado en el municipio. Adicionalmente, el turismo genera de 2 a 3 empleos indirectos por cada empleo directo, con lo que el nivel de trabajadores derivado de esta actividad puede rondar los 90 o 100 mil empleos en el municipio.

Actualmente, en Puerto Vallarta se registran 15,049 trabajadores asegurados por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos; de los cuales, 4,083 corresponden al rubro de preparación y servicio de alimentos y bebidas; 10,446 al de servicios de alojamiento temporal y 520 al rubro de servicios recreativos y de esparcimiento (SEPAF, 2013).

Tomando en cuenta una Población Ocupada (PO) que alcanza las 120 mil personas; dicha cifra podría indicar que casi el 80% del empleo de Vallarta se relaciona con actividades vinculadas con el turismo. Un dato sobresaliente de este puerto, de acuerdo con el último Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2010), es que una cantidad superior al 100% de la Población Económicamente Activa (PEA) se encuentra ocupada, lo que significa que este municipio es un polo de atracción y generación de empleo para otros municipios y regiones.

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

3.1. Sustentabilidad en el destino

3.1.1 Plantas de tratamiento de aguas residuales

De conformidad con información oficial de la Comisión Estatal del Agua de Jalisco (CEA, 2013), el municipio de Vallarta cuenta con una infraestructura de ocho plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR's), cuya capacidad en conjunto alcanza cerca de 1,300 litros por segundo de tratamiento. El problema fundamental a este respecto radica en que debido a la existencia de diversas fuentes de abastecimiento particulares, especialmente en zonas rurales, el sistema de tratamiento total se encuentra en el rango del 67% al 83% de capacidad. De ahí que exista un déficit en el tratamiento de aguas residuales, por lo que una importante cantidad de ellas son depositadas en ríos o directamente al mar. El problema se materializa en playas contaminadas que no pueden ser certificadas por la Comisión Federal para la Prevención de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

3.1.2 Sistema de drenaje y alcantarillado

A nivel estatal, Jalisco cuenta con una cobertura de agua entubada del 94.2% y en drenaje con el 97.4%. El consumo per cápita de agua al día es de 246 litros, cifra por debajo de la media nacional (INEGI, 2012).

Puerto Vallarta presenta altos porcentajes en la dotación de agua potable y drenaje. De acuerdo con COEPO (2012) el 98% de las viviendas del municipio están conectadas a la red pública de drenaje. Sólo en el Centro Histórico de Puerto Vallarta, existe una cobertura del 98.3% en abastecimiento de agua potable y 99.2% en el servicio de drenaje.

3.1.3. Manejo de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)

Según el *Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Puerto Vallarta* (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2010), se estima que se deposita de forma adecuada el 49.2% de los residuos sólidos municipales generados y recolectados en el municipio. El resto se deposita en tiraderos a cielo abierto o en sitios clandestinos, lo que representa un deterioro ambiental y, por consecuencia, graves riesgos para la salud de la población.

Por lo general, los residuos generados por la industria y empresas de servicios, como hoteles y restaurantes principalmente, no son considerados residuos

peligrosos pero sí requieren de un manejo especial. Los Residuos Peligrosos (RP) por su parte mantienen características especiales por su componente corrosivo, reactivo, explosivo, tóxico, inflamable o porque contienen agentes infecciosos. Su manejo requiere condiciones altamente especializadas que, en muchos casos, es concesionada a empresas particulares. La presencia de este tipo de residuos en la ciudad es relativamente escasa dado el predominio de actividades económicas en materia de servicios de la hospitalidad.

En el caso de Puerto Vallarta, el manejo de los residuos sólidos se enfoca en los RSU que guardan una estrecha relación con las actividades económicas propias de un municipio turístico. El manejo de éstos es responsabilidad de la esfera local de gobierno, siendo el municipio el principal responsable de su gestión integral: desde la recolección hasta el adecuado confinamiento final.

El volumen de residuos sólidos generados en promedio en este municipio es de casi 1kg. por persona, en su mayoría generados en domicilios particulares y lugares públicos, que son recolectados en su totalidad por el servicio municipal. Al ser Puerto Vallarta un municipio con vocación turística, muchos de los generadores de residuos como empresas de hospedaje y alimentos requieren del servicio de recolección y disposición final de tipo especializado, ya que son considerados generadores de Residuos de Manejo Especial (RME). Para estos usuarios *especiales*, se establece un sistema de cobro por prestación de servicios de disposición final, que se exime cuando los propios prestadores realizan por su cuenta el traslado de residuos al sitio de disposición final designada por la administración municipal.

De acuerdo al *Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Vallarta, Jalisco (Ibidem)*, el sistema de manejo de residuos con que cuenta el municipio está conformado por cuatro subsistemas que son:

- a. *Barrido manual*, con una cobertura de 60 kilómetros de calles por día.
- b. *Barrido mecánico*, que se realiza diariamente mediante dos barredoras cubriendo una superficie de 60 kilómetros de calles y avenidas. Dicho sistema cuenta con un servicio adicional que se realiza en las playas.
- c. Recolección de residuos, bajo el cual se estima una cobertura del 40% de los residuos generados. El parque vehicular para este servicio consta de 55 vehículos y 51 contenedores metálicos de 6m³.

- d. *Servicio de disposición final* en tres lugares para este uso: sitio de transferencia “El magisterio” donde, una vez realizada la recolección domiciliaria, los vehículos depositan residuos con potencial de reciclaje, que posteriormente son seleccionados y puestos a disposición de compradores. El segundo sitio es el relleno sanitario para disposición final conocido como “El Gavilán”, donde se realiza la disposición final de los residuos sólidos del municipio. “El Gavilán” inició operaciones en 2009, siendo su operación y propiedad responsabilidad del Ayuntamiento de Puerto Vallarta; tiene una vida útil calculada en 14 años.

Otro sitio para disposición final es conocido como “San Nicolás” o “La Escombrera”, y es un lugar de disposición de residuos de manejo especial (RME) que recibe sólo desechos producto de la construcción y de podas de parques y jardines. El área de este predio tiene aproximadamente 3 hectáreas y actualmente está a una capacidad del 90%. En cuanto a la recolección de los residuos biológico-infecciosos provenientes de los hospitales y laboratorios clínicos, ésta es realizada por medio de empresas privadas que cuentan con la debida autorización de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Con base en los datos anteriores, se puede afirmar que Puerto Vallarta tiene garantizados, por lo menos a medio plazo, la distribución de agua potable y el manejo y la correcta disposición de residuos sólidos. Pero sí que se tiene que ampliar y mejorar la infraestructura de saneamiento de aguas residuales, sobre todo cuando se ha comprobado que parte de éstas desemboca directamente en las playas del puerto, hecho que ha sido documentado y señalado por autoridades ambientales y Organizaciones No Gubernamentales (ONG's). Esto perjudica notablemente la imagen del destino y hace que su competitividad disminuya.

3.2. Patrimonio natural

La biodiversidad en Puerto Vallarta es extensa gracias a sus sistemas montañosos, ríos, selvas y costas; por tanto, la presencia de especies marinas y terrestres es generosa. Este conjunto de atributos naturales, junto a su gran infraestructura turística, contribuyen a que se considere Puerto Vallarta como uno de los más importantes destinos turísticos internacionales de México. Esta condición, a su vez, ha propiciado que algunos espacios naturales se vean afectados por la creciente urbanización y una falta de una atención adecuada a estos lugares, entre otras razones.

En este sentido, la protección de los recursos naturales de Puerto Vallarta, destino turístico de sol y playa por excelencia, es imprescindible. Aunque ya existen leyes

y programas para materializar dicha protección, aún queda mucho por hacer en diversos ámbitos, empezando por la asignación de suficientes recursos económicos que permitan llevar a cabo los objetivos previamente planteados. Un destino ordenado y que además cuenta con áreas protegidas crea un ambiente agradable para los habitantes, los inversionistas nacionales e internacionales y los visitantes a la zona.

3.2.2. Áreas Naturales Protegidas

La única Área Natural Protegida (ANP) dentro del municipio de Puerto Vallarta es el estero “El Salado”. Dicho estero se extiende sobre el delta del río Ameca y fue decretado el 27 de julio del 2000 con la categoría de *Zona de Conservación Ecológica*. Esta zona protege especialmente a tres especies de mangle, la cual se enlaza con vegetación acuática, terrestre y fauna.

Es importante señalar que esta ANP no cuenta con un plan de manejo definido, aunque sí está sujeta a acciones y actividades de conservación y protección. La actividad turística en esta área es muy básica, ya que se basa en recorridos de grupos reducidos con una duración de alrededor de una hora y media. Por ello, cuenta con infraestructura y servicios para los visitantes (SEMADET, 2013). Lamentablemente esta ANP se ha visto dañada por desarrollo de fraccionamientos irregulares de alta densidad en los alrededores de la misma, así como por la construcción del Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta.

Por otro lado, en 1984 se decretó como ANP el Parque Nacional Marino Los Arcos de Puerto Vallarta, conglomerado de islas de granito que sobresalen de la superficie marina. Actualmente se desarrollan en esta zona deportes acuáticos como el buceo.

En la actualidad, la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET) está promoviendo que se declare la montaña de Puerto Vallarta como ANP con vistas de proteger el hábitat de sus especies emblemáticas. Esta zona natural se encuentra amenazada por los constantes cambios en el uso de suelo y por el desarrollo de una feroz infraestructura inmobiliaria, así como también por los constantes incendios que han dañado el lugar.

3.3. Normatividad ambiental

3.3.1 Ordenamiento ecológico territorial decretado

La superficie territorial del municipio de Puerto Vallarta está constituida en su

mayoría por zonas accidentadas, destacando al oriente las sierras de San Sebastián y del Cuale, que forman parte de la Sierra Madre Occidental y que actúan como moderadores climáticos. El municipio cuenta con escasas zonas planas, localizadas principalmente en el margen derecho del río Ameca, y por la costa desde su desembocadura hasta el río Cuale.

En 1999 se aprobó el *Programa de Ordenamiento Ecológico* de la región “Costa Alegre” del Estado de Jalisco. Dicho programa contempla dos grandes grupos de actuación: una visión global a nivel macro regional que comprende el total del área estudiada, y cinco apartados correspondientes a igual número de áreas críticas, que son: Barra de Navidad-Tenacatita, Chamela-Careyes, Chalacatepec, Tomatlán-Cajón de Peñas y Puerto Vallarta-El Tuito. Concretamente para el caso de Puerto Vallarta-El Tuito, se creó una Unidad de Gestión Ambiental (UGA), con un uso de flora y fauna con una fragilidad ambiental media (SEMARNAT, 2013).

A nivel municipal se está preparando el *Programa de Ordenamiento Ecológico Local del Municipio de Puerto Vallarta*, con talleres de planeación participativa por parte de diversos sectores (Gallo, 2013). Así mismo, existe un *Programa Municipal de Educación Ambiental*, asesorado por la SEMARNAT y la SEMADET, para homologar los programas en educación ambiental de los municipios y estados. Este programa contempla diferentes líneas estratégicas conforme al *Plan Municipal de Desarrollo* vigente y las distintas necesidades de la región.

En este sentido, existe también un estudio de planeación por parte del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Gobierno de Jalisco y el Ayuntamiento de Puerto Vallarta con el fin de guiar el desarrollo turístico de la región. Se denomina *Programa de Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta 2013*, donde se recogen propuestas de habilitación y renovación de diversos espacios del Centro Histórico de Puerto Vallarta, el mejoramiento de las vialidades y la creación de más áreas verdes, entre otras actuaciones.

3.3.2. Manejo de riesgo

A nivel estatal, Jalisco cuenta con Atlas de Peligros Geológicos, Hidrometeorológicos, Químicos, Sanitarios y Socio-organizativos. Por su parte, el municipio de Puerto Vallarta posee un *Atlas de Riesgos* que presenta, entre otras cosas, información relativa al territorio de la localidad y las zonas sujetas a inundaciones.

3.3.3. Planes y programas en materia de educación ambiental

A nivel estatal, la SEMADET gestiona diversos programas para fomentar la educación ambiental. Al respecto, sobresalen programas como "Certificación de escuela verde", "Todos por el Bosque" y "Red de educadores ambientales de Jalisco". En el ámbito local se está trabajando con el Programa Municipal de Educación Ambiental el cual, mediante la asesoría de SEMARNAT Y SEMADET, busca homologar o según el caso, colaborar en la elaboración de los programas en educación ambiental de los municipios y estados de la nación.

3.4. La certificación ambiental en el sector

La certificación ambiental para la actividad turística es un proceso voluntario en donde los establecimientos que ofrecen servicios turísticos se someten a evaluaciones y a un continuo monitoreo bajo criterios establecidos por las entidades emisoras de dicho certificado. Si un establecimiento cumple con estos requisitos, se le otorga una constancia y se le brinda un sello o logo que puede ser utilizado con fines mercadológicos.

Puerto Vallarta cuenta con la mayoría de sus playas (diez) catalogadas como *playas limpias* según el último muestreo realizado en junio de 2013. Esto quiere decir que tiene una calidad aceptable en relación con los criterios dictados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para las aguas de mar de contacto recreativo.

En el marco del *VII Congreso Nacional de Playas Limpias*, CONAGUA (2013), Puerto Vallarta recibió oficialmente los Certificados de Calidad en cuatro de sus playas. *Playa Camarones* es la única en todo el país integrada a la zona urbana que tiene este distintivo. *Garza Blanca* y *Amapas-Conchas Chinas* fueron otros espacios de playa que lograron este reconocimiento por parte del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, al igual que *Los Muertos*, acreditada recientemente con el nivel 2. En materia de seguridad, cada una de las playas certificadas ha de contar con: servicio de guardavidas, señalización de riesgo para avisar a los usuarios de la presencia de corrientes, oleaje y fauna peligrosa y señalización de los servicios de atención médica y presencia policial.

En México, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) a través del Programa Nacional de Auditoría Ambiental, ofrece un Certificado de Calidad Ambiental Turística orientado a las empresas del sector en operación, que por su ubicación, dimensiones, características y alcances puedan causar efectos o impactos negativos al ambiente o rebasar los límites establecidos en las

disposiciones aplicables en materia de protección, prevención y restauración al ambiente. Al respecto, Puerto Vallarta sólo cuenta con un establecimiento de hospedaje avalado por dicha certificación.

A nivel internacional, *Green Globe* es un programa de certificación para el turismo sostenible de la industria mundial de viajes y turismo. De acuerdo con esta organización, los miembros certificados ahoran recursos de agua y energía, reducen costos operativos, contribuyen positivamente con las comunidades locales y su entorno y cumplen con altas expectativas en los viajes sostenibles de placer y negocios.

En este sentido, Puerto Vallarta no cuenta con algún establecimiento con dicha certificación, lo que demuestra que hay grandes deficiencias en el manejo sostenible de la industria turística en el destino.

4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

4.1. Instrucción escolar

El grado promedio de escolaridad en el municipio de Puerto Vallarta es de 9.4 años, de lo que se deduce que la población, en su mayoría, cuenta únicamente con formación a nivel de secundaria.

El analfabetismo sigue estando presente en localidad. De hecho, un 2.7% de la población mayor de 15 años es analfabeta. Esto sin duda propone un reto importante para Puerto Vallarta, debiéndose subsanar estas deficiencias para poder ser más competitivos y así brindar mejores servicios a la población y sus visitantes (SIEG, 2012).

4.2. El recurso humano calificado para atender al sector

Con base a un estudio de alcance nacional realizado por CESTUR, CONACYT y la Universidad Lasalle (2012), sobre las competencias que adquieren los estudiantes y egresados de las carreras de turismo, se estima que en Jalisco no existe una desviación o desalineación en las competencias y los programas de estudio, esto hace suponer que la currícula en turismo que imparten las instituciones educativas en relación a materias complementarias, están cumpliendo con las necesidades de las empresas.

Mientras que en las competencias específicas, es decir, las relacionadas propiamente con las actividades a desempeñar en el campo laboral, los empleadores las califican como “suficientes” por lo cual las instituciones deben aportar más para que sus alumnos sean más competentes en el campo laboral (CESTUR, 2012).

El promedio en la calificación que hacen los empleadores en las competencias genéricas sistemáticas es de 3,29, lo cual, quiere decir que las instituciones educativas involucradas en la formación profesional de los recursos humanos calificados para atender el turismo están logrando solo “lo necesario” en cuanto a la adquisición de competencias consideradas fundamentales para que las empresas del sector sean competitivas en el mercado. Aunque el estudio está segmentado por zonas y por lo tanto no se cuenta con los datos específicos del municipio de Puerto Vallarta, se estima que las condiciones en los lugares antes citados no son muy diferentes del panorama nacional.

De manera específica, para el 2012 el Centro Universitario de la Costa (CUCOSTA) de la Universidad de Guadalajara, expidió 38 títulos para egresados de la Licenciatura en Turismo. Además, se otorgaron dos títulos de Maestría en Desarrollo Sustentable y Turismo (Universidad de Guadalajara, 2012).

4.3. La capacitación y la certificación turística

Para la Secretaría de Turismo federal (SECTUR) es importante que los prestadores de servicios turísticos cuenten con las herramientas necesarias para desempeñarse de manera competitiva en el mercado laboral; por ello, promueve programas de formación y actualización a través de la impartición de cursos de capacitación basados en Normas Técnicas de Competencia Laboral, entre los que se encuentra el Programa de Certificación de Competencia Laboral para el Sector Turístico.

Este programa surge como un modelo evaluador y certificador de la capacidad laboral para realizar un trabajo de manera eficaz y producir los resultados deseados por una organización; este proceso se realiza con base en lo que señalan las Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL) de la SECTUR.

Además, la SECTUR a través de las instancias estatales ofrece cursos sobre Cultura Turística para personal de contacto, Distintivo H, Distintivo M y por medio del CONOCER oferta cursos formativos de competencia laboral para diversos puestos del servicio turístico.

En el destino turístico de Puerto Vallarta existen 88 establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el Programa Distintivo H, conformando apenas el 11% del total de unidades económicas en este rubro. Además, el municipio cuenta con sólo un establecimiento certificado bajo el Distintivo M, lo que significa una participación del .39% respecto del total de distintivos otorgados en el estado (SECTUR, 2013).

De acuerdo con la Secretaría de Turismo de Jalisco, en Puerto Vallarta existen 210 guías certificados que ofrecen servicio de orientación turística. Cabe resaltar que estos guías otorgan servicios en diferentes idiomas y se especializan en temáticas culturales, ambientales y regionales.

4.4. Grado de satisfacción del turista

El Índice Global de Satisfacción General del turista que visita Puerto Vallarta equivale a 8.6 puntos, es decir una experiencia de viaje satisfactoria. De acuerdo

con CESTUR, en 2010 las calificaciones poco satisfactorias del destino se obtuvieron en las variables de limpieza en calles, áreas públicas y playas; en el servicio recibido por los elementos de seguridad y en el mantenimiento de los recursos culturales y naturales. Por otro lado, la diversidad de atractivos y la hospitalidad de los residentes fueron los factores mejor evaluados por los visitantes que arribaron al destino.

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

5.1. Conectividad aérea

El Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta “Licenciado Gustavo Díaz Ordaz” ocupa el sexto lugar nacional en cuanto a número de pasajeros. Cifras recientes muestran un total de 2 millones 562 mil 836 pasajeros pasaron por sus instalaciones durante el periodo de septiembre 2011-2012. En este sentido, Puerto Vallarta se situó en el quinto lugar en cuanto a aterrizajes y despegues para ese mismo periodo, con un total de 38 mil 790 movimientos (véase Tabla 5.1.). Además, en lo que respecta al número de pasajeros movilizados, Puerto Vallarta ocupó la tercera posición entre los principales destinos de playa de la República, sólo superado por Cancún y Los Cabos.

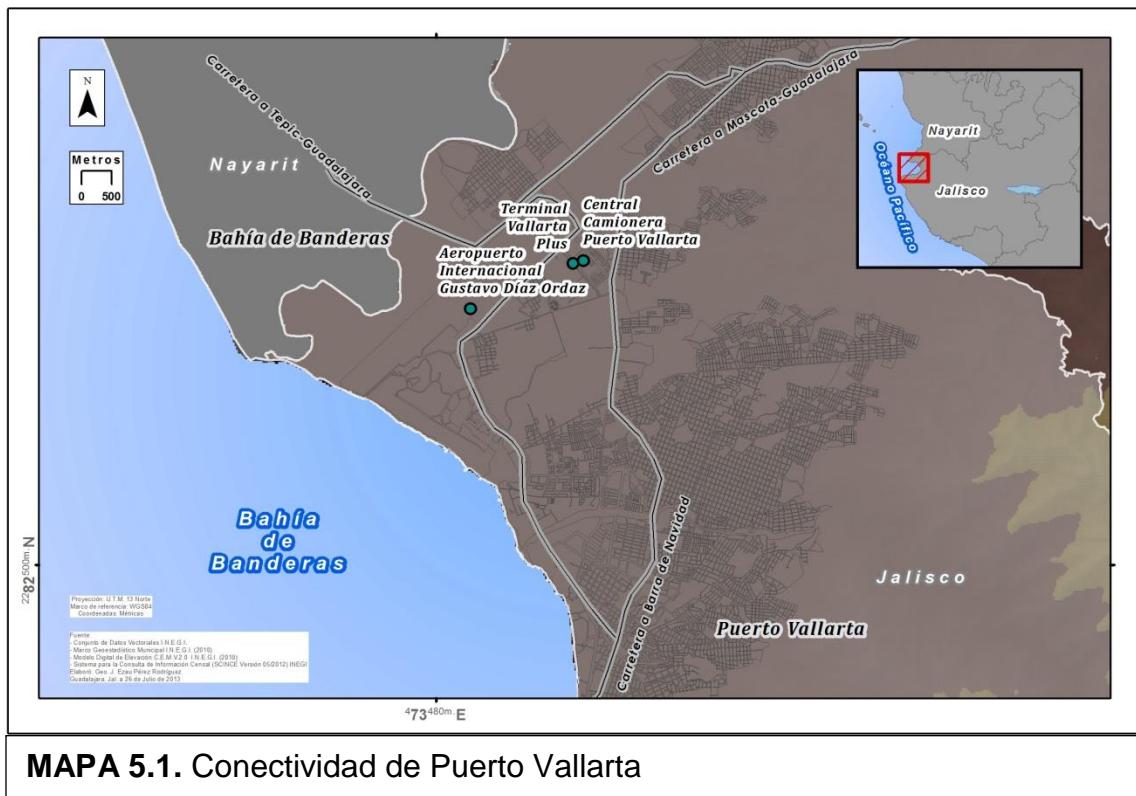
TABLA 5.1. Pasajeros y movimientos anuales por aeropuerto en México, 2011-2012

Posición	Aeropuerto	Pasajeros	Movimientos
1	Ciudad de México	28,733,306	370,136
2	Cancún	14,129,610	125,061
3	Guadalajara	7,442,124	127,643
4	Monterrey	6,013,041	88,081
5	San José del Cabo	2,950,759	35,662
6	Puerto Vallarta	2,562,836	38,790

Fuente: Elaboración propia con base en información de Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, 2012.

En cuanto a oferta semanal de número asientos, Puerto Vallarta ocupa la séptima posición a nivel nacional con 7 mil 140 asientos domésticos y 23 mil internacionales; y el tercer lugar respecto de los destinos de playa, por detrás de Cancún y Los Cabos. Sin duda, Cancún sigue representando un lugar predominante en cuanto a los flujos de turistas internacionales que llegan al país, con una oferta de asientos que se acerca a los 140 mil por semana (FONATUR, 2013). Sin embargo, a pesar de que Puerto Vallarta tiene una importante oferta de asientos semanales, presentó en el periodo 2007-2011 una disminución promedio del 8% en los asientos que oferta por semana, y no experimentó ningún crecimiento del 2010 al 2011 (FONATUR, 2013).

5.2. Conectividad carretera



En el caso de Puerto Vallarta existe un gran potencial para aprovechar los paisajes que ofrece la carretera Mascota – Las Palmas- Puerto Vallarta, en el corazón de la Sierra Madre Occidental. Aunque cabe resaltarse que, debido a la orografía de la zona y la calidad de la infraestructura, esta vía presenta constantes derrumbes durante el temporal de lluvias.

Las principales vías a Puerto Vallarta son la carretera federal 200, trayecto Compostela a Puerto Vallarta que continúa al sur hacia Manzanillo; la carretera federal 200 con entronque carretera México 68; la carretera federal 200 Melaque a Puerto Vallarta; y la carretera libre que conecta a Puerto Vallarta, Mascota, Talpa, Ameca y Guadalajara (véase Mapa 5.1.).

5.2.1. Oferta de transporte foráneo

Puerto Vallarta cuenta con dos terminales de autobuses: la Terminal de Autobuses de Puerto Vallarta y la Terminal Vallarta Plus. La primera ofrece servicios básicos, tales como sanitarios, estacionamiento, área comercial, área de restaurantes, una sala VIP y sitio de taxis, y, aunque se encuentra en buen estado, carece de asientos suficientes y su oferta de centros de consumo es limitada. Teniendo en

cuenta que la terminal de autobuses constituye en muchas ocasiones la primera impresión que tiene un turista del destino que visita sería necesario realizar una modernización de estas instalaciones para una mejor experiencia del turista. En cuanto a la Terminal Vallarta Plus se trata de un sitio a donde llegan exclusivamente los autobuses de la línea Vallarta Plus.

Las empresas de transporte de pasajeros que operan en Puerto Vallarta son: Primera Plus, Enlaces Terrestres Nacionales (ETN), Futura, Pacífico, Transportes y Autobuses del Pacífico (TAP), Elite, Chihuahuenses, Turistar y Vallarta Plus. Las principales rutas de estas líneas de autobuses que llegan a Puerto Vallarta son: Guadalajara, León, Ciudad de México, Aguascalientes, Tepic, Morelia, Toluca, Querétaro, Zacatecas, Chihuahua y San Luis Potosí.

5.3. Transporte y movilidad urbana

Puerto Vallarta es el sexto municipio más poblado de Jalisco, con más de 255 mil habitantes. La cabecera municipal concentra cerca del 80% de la población total del municipio, con un crecimiento del 3% en los últimos diez años (SETUJAL, s/f,a). La estructura vial se basa en las vialidades primarias que corren a lo largo del perfil costero (paralelas a la costa). El resto de la trama la conforman vialidades secundarias, muchas de ellas estrechas y sin continuidad, dada la topografía de los cerros que limitan las posibilidades de acceso a la zona centro.

Los estacionamientos en el centro (600 cajones aproximadamente), son insuficientes para la estadía del flujo vehicular del núcleo central de la ciudad. El parque vehicular registrado en la totalidad de Bahía de Banderas (incluyendo al municipio de Bahía de Banderas, Nayarit) es de 19 mil 220 automóviles. En lo que respecta a los flujos carreteros, la carretera 200 (federal) presenta en promedio un tránsito diario de aproximadamente 5 mil vehículos (Banco de Desarrollo de América Latina, 2011).

La infraestructura terrestre puede considerarse en términos generales como satisfactoria, siendo importante la pronta finalización de la autopista Jala - Puerto Vallarta, en la que se planea la construcción de dos carriles de 35 kilómetros, lo que reduciría el tiempo de recorrido de Guadalajara a Puerto Vallarta a 2:30 horas. Otras obras que mejorarían las comunicaciones de esta zona son: la construcción del macro libramiento de la ciudad con el objetivo de “descongestionar” los ingresos y salidas; la construcción del *Puente de los Tamarindos* sobre el Río Ameca, que ayudaría a descongestionar la principal entrada a la ciudad; la rehabilitación de la carretera 200 hacia el sur de la cabecera municipal, ya que

dificulta la visita a diferentes atractivos que se encuentran en esa zona; así como mejorar la conectividad con la Costa Sur de Jalisco.

5.3.1. Calidad en el transporte local.

De acuerdo con información proporcionada por el Centro Estatal de Investigación de la Vialidad y el Transporte (CEIT), actualmente operan en el puerto tres empresas que prestan los servicios de transporte público: *Alianza de Transportistas Vallartenses, A. C.* y la *Unión de Permisionarios Fundadores del Servicio Urbano y Suburbano de Puerto Vallarta, A. C.*, ambas como empresas particulares; y la paraestatal *Sistema de Transporte Colectivo de la Zona Metropolitana (SISTECOZOME)*.

La cobertura del transporte público urbano se realiza con un total de 48 rutas registradas. La asignación por empresa se distribuye de la siguiente manera: la Unión de Permisionarios maneja 23 rutas con 132 unidades en servicio; el SISTECOZOME administra 13 rutas, de las cuales 10 se encuentran concesionadas al servicio subrogado y concentra la mayor cantidad del parque vehicular con 153 unidades; y, por último, la Alianza de Transportistas tiene asignadas 12 rutas que opera con 80 vehículos. En términos porcentuales, la Unión de Permisionarios concentra el 48% de la oferta de rutas del transporte público, no obstante que su flotilla sólo constituye el 36% del parque vehicular. Por otro lado, el SISTECOZOME aunque sólo cubre el 27% de los trayectos de la red, emplea para su operación el 42% de las unidades en servicio. Finalmente, la asignación de rutas para la Alianza de Transportistas representa el 25% del mercado, mismo que atiende con el 22% del total de unidades destinadas al transporte colectivo.

Sin embargo, pese a que la ciudad de Puerto Vallarta se encuentra prácticamente cubierta en cuanto a transporte público a través de dichas rutas de transporte, el transporte público es considerado por una gran cantidad de personas como muy malo dado el estado de las unidades, el trato de los operadores, las altas tarifas y la carencia de horarios fijos. Es uno de los problemas urbanos más importantes y urgentes de solucionar.

El plano urbano de Puerto Vallarta presenta una distribución diferencial respecto a la cobertura de la red del transporte público. La concentración de rutas no sólo genera congestionamientos viales en intersecciones y ciertas zonas de la ciudad, sino que algunas áreas presentan un mayor rango de servicio que otras. En los espacios centrales, la oferta de rutas es muy amplia, mientras que en los

periféricos la disponibilidad de unidades de transporte es escasa y representa un déficit en la cobertura urbana.

Por tanto, uno de los principales problemas viales que afronta Puerto Vallarta es la saturación de rutas del transporte público en algunas zonas y cruceros de la ciudad. Tan sólo en el Centro Histórico convergen 32 rutas, lo que representa más del 66% de las rutas que integran la red. Sobre el ingreso al puerto a la altura del crucero de Las Juntas se registran 9 rutas. Por Avenida Francisco Medina Ascencio, a la altura de La Marina, se registran 11 rutas. A lo largo del Libramiento transitan hasta 17 rutas por sentido; y en la salida a Boca de Tomatlán circulan 3 rutas por sentido. Otra de las muchas zonas de la ciudad que concentran intensas cargas en la asignación de rutas es la colonia Emiliano Zapata con 27 rutas de un total de 48 registradas.

5.3.2. Imagen urbana

El municipio de Puerto Vallarta cuenta con un Reglamento de Imagen Urbana vigente, cuyo objetivo es la conservación y aprovechamiento de los recursos en el desarrollo del municipio.

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

6.1. Percepción del nivel de inseguridad

La región Costa Norte integra a los municipios de Cabo Corrientes, Tomatlán y Puerto Vallarta, siendo este último el que dispone de la más importante economía de la región gracias al desarrollo turístico de este destino, el cual es uno de los más visitados de México. Con una población fija proyectada para 2013 de 275 mil 925 habitantes, Puerto Vallarta es el municipio más poblado de la región, seguido por Tomatlán con 36 mil 708, y Cabo Corrientes con apenas 10 mil 495 habitantes.

Como característica especial de esta región, hay que agregar a la población flotante (3 millones de personas al año), pues ello hace que el número de delitos por cada mil habitantes sea mayor que otros municipios. En este sentido, surge un dato relevante, el Índice de Desarrollo Municipal (COEPO, 2011) muestra que Puerto Vallarta tiene la tasa de incidencia delictiva más alta de Jalisco, pues mantiene un cantidad de 21.36 delitos por cada mil habitantes. Cabe resaltar que en la metodología empleada para este estudio, sólo se contempló a la población residente.

Uno de los factores que han tenido un impacto profundo en la imagen de México y sus destinos turísticos en los últimos años, ha sido la percepción de inseguridad. Un estudio realizado por *Millward Brown* para el CPTM denominado “*La inseguridad en México*” indica que la imagen de inseguridad se va forjando a partir de las noticias en los medios de información y la televisión, así como a través de las experiencias propias en los viajes, que a su vez se difunden de boca en boca.

Durante el 2012, el monitoreo realizado por *Millward Brown* muestra que la exposición a las noticias relacionadas con la inseguridad fue menor que durante el 2011 en México, esto debido a que otros temas de interés público ocuparon espacio en los medios de comunicación.

Desde la perspectiva del turista nacional, Puerto Vallarta no se encuentra en la lista de los 14 destinos que son percibidos como inseguros de acuerdo al estudio antes mencionado. Sin embargo, la recomendación sigue siendo mantener una campaña que eleve la recordación de la marca Puerto Vallarta resaltando aspectos positivos de las experiencias que se pueden vivir en el destino y comunicando claramente el valor agregado que ofrece el destino.

En lo que respecta a la percepción de inseguridad del mercado estadounidense, aunque es un aspecto crítico, el estudio demuestra que la recomendación y la

percepción de valor obtenido son aún más relevantes. La percepción de inseguridad pierde fuerza con aquellos turistas que ya han visitado México y Puerto Vallarta en particular, debido a que prevalece la buena experiencia que tuvieron durante su estancia.

6.2. Incidencia delictiva

6.2.1. Delitos del fuero común

Las cifras revelan que por cada 100 habitantes del municipio de Puerto Vallarta se cometen 2.05 delitos del fuero común, entre los que se incluyen robos (en carreteras, casas, habitación, ganado, instituciones financieras, negocios, transeúntes, transportistas, vehículos y otros), delitos contra la integridad física (homicidio doloso, lesiones dolosas, violación y secuestro) y otros (SEPAF, 2013). En lo que respecta a los delitos cometidos contra las instituciones bancarias, Puerto Vallarta reportó sólo una incidencia en el 2012 (*Ibid.*)

Por otro lado, de acuerdo con datos publicados en el Anuario Estadístico de Jalisco (2012), en el 2011 se sentenciaron 45 actos ilícitos con arma.

6.2.2. Homicidios dolosos

Los homicidios dolosos dieron un salto importante entre el período 2006-2012, pues se pasó de 425 que ocurrieron en 2006 a 1 mil 183, es decir, casi se triplicó el número de casos de homicidios de este tipo. La meta de la Fiscalía General es que la cifra de 2012 (1 mil 183) se conserve, aunque el valor actual ya muestra un número al 31 de junio de 625 homicidios, que de mantenerse la tendencia, rebasaría la meta.

6.2.3. Salud e integridad física

En lo referente a los delitos contra la salud, el número de sentenciados por asuntos relacionados con narcóticos ha ido en aumento. Para el 2011, Puerto Vallarta registró 146 incidencias en este rubro.

Por otro lado, de acuerdo con el último Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, en el municipio se contabilizan un total de 21 unidades médicas (clínicas, hospitales, sanatorios, etc.).

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

7.1. La promoción turística en el contexto estatal

En Jalisco, la promoción turística se rige por la Ley de Promoción Turística de Jalisco, la cual establece las bases para fomentar la llegada de turismo nacional y extranjero al estado. Dicha base legal, a diferencia de decretos anteriores, convenios o planes institucionales, contempla propiciar la creación de instrumentos de financiamiento que permitan la modernización productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Esta ley promueve la creación de fideicomisos con el objetivo de fomentar y participar en la programación y el desarrollo turístico para atender las necesidades regionales y promover aquellas zonas de interés, tomando en cuenta las tendencias recientes del mercado.

En el contexto estatal, la estrategia de promoción está basada en una plataforma de Marca-Estado denominada “*Jalisco es México*”; más recientemente: “*Jalisco sucede dentro de ti*”. De forma institucional, se promocionan todos los atractivos turísticos de Jalisco, integrando algunos de ellos en rutas turísticas por las diferentes regiones de la entidad.

7.2. La promoción turística del destino

El diseño del Plan de Marketing de Puerto Vallarta está a cargo de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OFCV), como organismo responsable de la promoción de este destino de playa jalisciense. El plan se realiza en formato anual e incluye una descripción detallada de las estrategias de marketing en tres áreas principales: promoción, publicidad y relaciones públicas como ejes fundamentales para posicionar Puerto Vallarta como uno de los destinos turísticos más importantes del país.

De igual forma, el plan analiza información sobre tendencias de viaje mundial, la situación del turismo en México y los principales mercados emisores, análisis de conectividad y propone el esquema para la realización de proyectos estratégicos a realizar dentro del destino. En este último punto la OFCV puede coordinar esfuerzos de diferentes organismos para la exitosa operación del evento, apoyar con recursos económicos para asegurar su realización en el destino o bien realizar acciones conjuntas de promoción con medios de comunicación para la difusión de estos eventos estratégicos.

La coordinación de acciones con SETUJAL es fundamental, ya que buena parte de las actividades mencionadas se llevan a cabo en conjunto. En lo que respecta

al área de promoción, se coordina la participación en ferias nacionales e internacionales en las que el destino debe gestionar su participación en el stand de promoción de Jalisco. Además, Puerto Vallarta participa en los eventos organizados por el estado, para tener una presencia sólida como uno de los destinos más reconocidos en Jalisco. Incluso la OFCV puede organizar eventos especiales para promover exclusivamente la marca Puerto Vallarta en plazas en las que tenga especial interés.

Respecto al área de publicidad, los recursos económicos disponibles para la realización de campañas a favor del destino fluyen desde el ámbito estatal por lo que se requiere una comunicación constante sobre la estrategia de comunicación para que la campaña pueda ser lanzada y posteriormente monitoreada. En particular, considerando que Puerto Vallarta es un destino consolidado, goza de mayor independencia que otros destinos de la entidad al momento de diseñar su estrategia de campaña.

Las acciones de relaciones públicas también requieren coordinación con la SETUJAL para homologar la estrategia de comunicación buscando posicionar una imagen positiva del destino en lo particular y desde luego del estado. Es importante mencionar que en gran medida, Puerto Vallarta concentra eventos de talla nacional e internacional que requieren de la instrumentación de estrategias de relaciones públicas para el manejo óptimo de los medios de comunicación y generar un posicionamiento sólido.

De acuerdo con Guillermo Ohen, Director del Fideicomiso de Puerto Vallarta, desde la Dirección General se realiza un plan de trabajo donde se definen acciones para el 2013 en las tres áreas más importantes que son: promoción, publicidad y relaciones públicas, se puede decir que es más bien un plan de trabajo operativo. Cabe resaltar que está tomando más relevancia el sub-comité de mercadotecnia y de igual forma se están desarrollando estrategias para mantener vuelos que estén teniendo complicaciones (se han desarrollado relaciones más fuertes con las aerolíneas para apoyar los vuelos que se tienen hacia Puerto Vallarta).

En términos de relaciones pública se ha seguido una estrategia de generación de notas positivas sobre el destino, contar con un mayor volumen de contenidos valiosos en lo local y al exterior. En el tema de promoción, se van adecuando los eventos de acuerdo a la audiencia (si van dirigidas al comercio o a los consumidores) y se adapta al lenguaje de acuerdo al segmento o bien al mercado de acuerdo a país.

“...buscamos una mayor participación de la industria local en los eventos, que sean más activos en las caravanas y *road shows* porque eso fortalece los eventos. De igual forma los formatos son ahora más novedosos, se tiene un evento como “100 agentes de viajes dijeron” que es mucho más dinámico y atractivo para los agentes de viajes...”

Actualmente se cuenta con tres agencias en publicidad, tres agencias en relaciones públicas y una agencia para redes sociales y manejo de la página web. Ha cambiado la participación que se le da a las campañas de *branding* y a las de venta dura, estas han obedecido a diferentes factores. En el mercado norteamericano se lanzó este año una campaña de promoción conjunta “Vallarta-Nayarit”, las cifras de inversión superan 11 millones de dólares. Además incluye una bolsa de recursos para la atracción de vuelos hacia el Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta que beneficia a ambos destinos. Esta inversión se destina únicamente a temas de publicidad, no incluye acciones de Relaciones Públicas.

De igual forma se están haciendo campañas en Sudamérica específicamente en los siguientes países: Brasil, Colombia, Chile y Argentina. En el mercado nacional las campañas de publicidad son independientes, es decir, Puerto Vallarta tiene su propia campaña. Por ejemplo se ha lanzado una campaña de BTL para activar el verano.

Se hacen esfuerzos en Redes Sociales, a través de una compañía local y se está renovando la página del destino. Se ha abierto la participación para que los hoteles se promuevan por estos medios.

Con respecto a Europa, en Inglaterra se está dando atención a los vuelos de TUI (empresa de viajes), por lo que se están llevando a cabo acciones de promoción y publicidad.

En cuanto a la estrategia de comunicación, se proyecta una imagen más integral de Puerto Vallarta, con atributos propios: belleza natural, la ciudad, la connotación de ser un pueblo típico. No se derivan tanto los mensajes en segmentos sino que se manda un solo mensaje.

7.2.1. Diversificación y segmentos de mercado

Según datos oficiales, Puerto Vallarta es el tercer destino más visitado de Jalisco, después de la ZMG y Los Altos –particularmente, San Juan de los Lagos-. A diferencia de estos últimos, Puerto Vallarta se distingue por atraer casi de forma exclusiva al mercado de sol y playa en la región. Aunque se caracteriza por captar

un mercado internacional amplio, aún sigue teniendo una fuerte dependencia del cliente norteamericano, mientras que otros nichos de mercado emergentes como el asiático son poco atendidos.

Dentro del grupo de visitantes extranjeros a la zona, los estadounidenses representaron el más importante para Puerto Vallarta, según datos de 2011. El Anuario Estadístico de la Secretaría de Turismo Estado de Jalisco (SECTURJAL) indica que el 78.9% de los visitantes durante el 2011 procedían de Estados Unidos. El perfil del viajero procedente de Estados Unidos en Jalisco reúne las siguientes características: de 35 a 49 años de edad, más de 75 mil USD de ingreso familiar anual, y sus temporadas de viaje se centran en los meses de enero a abril, julio y agosto, noviembre y mitad de diciembre. La motivación principal del viaje de este tipo de turista es la convivencia en familia, los productos de romance (bodas, aniversarios, lunas de miel) y los denominados *springbreaker*. Además, en los últimos años se observa también la tendencia de búsqueda de precios más competitivos por las diversas presiones económicas en su país de origen.

Por su parte, el visitante canadiense representa el 15.2% de los visitantes totales a Puerto Vallarta. De acuerdo al CPTM (2012), el viajero canadiense que visita esta zona tiene una edad promedio de entre 35 y 49 años, cuenta con un ingreso familiar anual de más de 60 mil dólares y su temporada alta de viaje es de noviembre a abril.

Los principales estímulos para los viajeros canadienses son la realización de viajes en familia y también el hecho de encontrar un clima cálido en México durante la temporada invernal en su país de origen. En cuanto al tipo de producto más atractivo para este visitante se encuentran los *resorts* con actividades de entretenimiento.

Del total de visitantes internacionales que arribaron a Puerto Vallarta durante el 2011, un 3.7% procedían de Europa (SECTURJAL, 2011). El perfil del viajero europeo que visita México varía mucho según el país de origen, ya que cada nacionalidad presenta hábitos de viaje muy particulares. Considerando los tres países que generan mayor afluencia de turistas hacia México, se puede afirmar que los viajeros provenientes de Francia y España tienen una edad promedio de 35 a 49 años; mientras que los viajeros provenientes de Alemania tienen más de 55 años en promedio.

Por otra parte, la temporalidad de viaje también varía de acuerdo a cada país de origen: los viajeros españoles acostumbran visitar México de mayo a octubre y durante el mes de diciembre; los viajeros franceses visitan el país principalmente en marzo, de junio a agosto y en septiembre; mientras que los alemanes visitan nuestro país en fechas más amplias: tanto de enero a abril, como en julio y agosto, así como en noviembre y la mitad de diciembre.

El ingreso familiar anual del viajero europeo en líneas generales es de 60 mil dólares de promedio, y su principal motivación de viaje es contar con servicios totalmente organizados y eficientes que le permitan disfrutar de una experiencia de viaje sin contratiempos. Además valoran mucho la información correcta y oportuna. El tipo de producto preferido por el cliente europeo que visita México está relacionado con el aspecto cultural, es decir, que les permita conocer sobre la historia, arte y folclore del país, así como tener experiencias que le permita acercarse a la naturaleza. De igual forma se sienten atraídos por la oferta de alto valor interpretativo.

Sudamérica representó en 2011 el 1.2% del total de visitantes extranjeros a Puerto Vallarta (*Ibíd.*). La edad promedio del viajero sudamericano es de 35 a 49 años, el ingreso promedio varía de acuerdo a país de origen siendo los mercados más importantes: Argentina con más de 50 mil dólares de ingreso familiar anual; Colombia con más de 60 mil dólares de ingreso familiar anual y Brasil con más de 70 mil dólares de ingreso familiar anual. Otros de los mercados importantes para Vallarta son Venezuela y Chile.

La temporalidad de viaje de los argentinos es de enero a marzo, mayo, julio y octubre, por su parte los colombianos acostumbran visitar México de mayo a octubre y diciembre, finalmente los brasileños viajan durante los meses de enero, febrero y julio.

Los principales estímulos de viaje tienen que ver con conocer sitios que cuenten con atractivos diferentes a sus lugares de origen, además resulta sumamente importante para el viajero sudamericano la relación costo-beneficio por lo que buscan obtener el mayor número de actividades de viaje por un mejor precio posible. El clima es frecuentemente mencionado como otro factor relevante.

Los tipos de producto que son más atractivos para los visitantes sudamericanos son: cultura específicamente relacionada con historia, arte y folclore nacional, también disfrutan de actividades relacionadas con la naturaleza y por último, comúnmente buscan completar sus experiencias de viaje con el producto sol y

playa. Además de esto, cabe hacer mención que el visitante brasileño en particular es motivado por el prestigio, en el sentido de realizar actividades como compras en tiendas de moda o lujo, y el otro componente fundamental para este mercado es realizar actividades relacionadas con la diversión.

Considerando las distancias de viaje, se puede advertir que las estancias de los sudamericanos son amplias. La estancia promedio de los argentinos que visitan México es de 10 a 13 noches, la estancia de los colombianos es de 8 a 12 noches y de los brasileños es de 7 a 9 noches en promedio (CPTM, 2013).

El mercado nacional es el más importante para Jalisco ya que representó el 85% (19 millones 195 mil 203 visitantes). Sin embargo, es importante destacar que el principal mercado de Puerto Vallarta es la ZMG con casi el 40% de participación. Le sigue en importancia los turistas que proceden del Bajío y Centro de México, principalmente las entidades de Aguascalientes, Guanajuato, Distrito Federal, Estado de México y Nayarit.

De acuerdo al CPTM, el perfil del visitante nacional cuenta con una edad promedio de 25 a 39 años, nivel socioeconómico A/B con un ingreso familiar de 82 mil pesos mensuales, así como los niveles C y C+ con ingresos familiares de 11 mil pesos mensuales. Las temporadas de viaje preferidas por este segmento son semana santa, julio, agosto y diciembre.

Los estímulos de viaje para el mercado doméstico están altamente relacionados con el nivel socioeconómico, para el nivel A/B los viajes más atractivos tienen que ver con actividades familiares, romance, y lujo. Por su parte el nivel C y C+ busca actividades familiares, descanso y la posibilidad de conocer el destino que visitan.

El atractivo de los productos turísticos que demanda el visitante nacional está también relacionada con el nivel socioeconómico. El grupo perteneciente al nivel A/B muestra una mayor apreciación de la cultura, buscando visitar “lo que nadie conoce”, así como experiencias en destinos de sol y playa de moda. Gustan de experimentar el lujo a través de experiencias diferentes en Haciendas, Spa y Golf y también gustan de experiencias gourmet más sofisticadas.

El nivel socioeconómico C y C+ disfruta el acercamiento con la naturaleza así como una experiencia cultural relacionada con visita a iglesias, mercados y sitios arqueológicos. El producto de sol y playa es sumamente atractivo sobre todo bajo el concepto *all-inclusive*. La estancia promedio es de 2 a 3 noches, es decir, viajes

de fin de semana, y también acostumbran hacer viajes con una estancia de 5 a 7 noches.

7.2.2. La participación de las DMC's y operadoras mayoristas

Las Destination Management Companies (DMC's), llamadas también como Operadoras Locales, tienen la finalidad de proveer servicios de consultoría, eventos creativos y logística con el objetivo de coordinar cada detalle de los eventos o ayudar a contactar proveedores y servicios locales en el destino. En Puerto Vallarta existen 22 DMC's que se especializan en la realización de eventos principalmente.

Existe un buen nivel de profesionalismo en las DMC en Puerto Vallarta; sin embargo, hay dos asociaciones que agremian a dichas entidades económicas y no hay una real integración. Del total de operadoras locales destacan las siguientes (véase Tabla 7.1.).

TABLA 7.1. Principales DMC's en Puerto Vallarta	
Nombre de la DMC	Función
<i>First Class DMC</i>	Manejo de bodas, grupo de incentivos, reuniones, transporte terrestre, contratación de hospedaje, actividades de integración grupal, convenciones y congresos.
<i>Tour Vallarta</i>	Ofrece servicio de transportación, coordinación de actividades y tours.
<i>Tour Vallarta Destination Management Company</i>	Provee programas de incentivos, congresos, seminarios, motivacionales de acuerdo a las necesidades grupales.
<i>DMC Vallarta</i>	Manejo de grupos de convenciones, traducción simultánea, transportación y excursiones.
<i>North American Travel</i>	Coordina programas de incentivos, no solo en Puerto Vallarta, en cualquier lugar del país.
<i>TAU Meetings & Events Service</i>	Organiza reuniones de trabajo y de alta dirección, grupos de incentivos, convenciones y lanzamiento de productos.
<i>Travel Incentive Tours</i>	Dedica servicio personalizado

Fuente: Elaboración propia en base a la Guía Oficial de Puerto Vallarta.

7.3. Fidelidad del visitante

En una encuesta aplicada por la Secretaría de Turismo federal (SECTUR) y el Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), se les cuestionó a los turistas de Puerto Vallarta sobre si volverían a visitar estos destinos. Los resultados arrojaron que el 78% de los visitantes recomendarían definitivamente el

destino; el 21% afirmó que probablemente sí y sólo el 1% dijo que no lo recomendarían (CESTUR, 2010).

Del total de turistas nacionales considerados por el Anuario Estadístico 2011, el 21% ha visitado el destino de 2 a 3 veces, el 12% de 4 a 5 veces y el 10% 6 veces o más. En lo que refiere al turismo extranjero, el 23% ha visitado el destino de 2 a 3 veces, el 8% de 4 a 5 veces y sólo el 3% 6 veces o más (*Ibíd.*).

8. GESTIÓN DEL DESTINO

8.1. Marco legal en materia turística

8.1.1. Normatividad estatal

A nivel estatal, la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) es responsable de planear, promover y fomentar el desarrollo turístico en el estado. A través de esta dependencia se busca el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, sujetándose a las directrices, políticas, estrategias y líneas de acción planteadas desde el ámbito federal.

La Ley de Promoción Turística de Jalisco es la encargada de establecer las bases para fomentar el turismo nacional y extranjero que arriba al estado. Dicha iniciativa, a diferencia de decretos anteriores, convenios o planes institucionales, contempla propiciar la creación de instrumentos de financiamiento que permitan la modernización productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Esta ley, promueve la creación de fideicomisos cuyo objetivo es fomentar y participar en la programación y el desarrollo turístico para atender las necesidades regionales y promover aquellas zonas de interés, tomando en cuenta las tendencias recientes del mercado.

El presupuesto que se asigna a esta actividad se sujeta a lo que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público del Estado de Jalisco. En relación a esto, según cifras presentadas por la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas del Estado de Jalisco, para el 2013 se asignó un presupuesto inicial de casi 186 millones de pesos al segmento *de desarrollo y fomento al turismo*, lo que representa apenas el 0.23% del presupuesto público total asignado para este periodo (Gobierno de Jalisco, 2013).

8.1.2. Normatividad del destino a nivel local

A nivel local, las Direcciones de Turismo de los gobiernos locales actúan de manera coordinada con la SECTURJAL para controlar y regular toda clase de actividad que promueva, difunda y fomente el turismo en el municipio. Así mismo, actúan de manera coordinada con dependencias públicas relacionadas con la prestación de servicios turísticos, entre ellas: la Oficialía Mayor de Padrón y Licencias, la Dirección de Promoción y Desarrollo Económico, la Dirección de Desarrollo Social y la Dirección de Seguridad Pública.

El Reglamento de Turismo para el Municipio de Puerto Vallarta es un documento de orden público e interés social que tiene como fin establecer un marco

regulatorio que permita impulsar el turismo como eje estratégico de la economía local; de igual forma, busca ordenar la actividad turística atendiendo a la realidad económica, social, medioambiental y cultural del municipio. Dicho reglamento, faculta a la Dirección de Turismo Municipal para coordinar con las autoridades estatales y federales del ramo la realización de actividades que fomenten y protejan el turismo que se desarrolla en el ámbito municipal. Además, le confiere la obligación, entre otras, de elaborar el Plan Municipal de Turismo con el apoyo y asesoría del Consejo Consultivo de Turismo Municipal. (H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2013).

Por su parte, el Consejo Consultivo de Turismo Municipal es un organismo facultado para coadyuvar, coordinar, proponer y formular estrategias y acciones de la administración pública del municipio, con la finalidad de desarrollar íntegramente las actividades turísticas del mismo. De acuerdo al reglamento, este órgano es presidido por el Presidente Municipal en función, y está integrado por determinados funcionarios designados por este último. Así mismo, entidades del sector privado y social están autorizadas a participar con derecho a voz en las asambleas de dicho Consejo (*ídem*).

8.1.3. Planeación estratégica del destino

Una de las funciones principales de las dependencias de turismo a nivel local, es la de alinear sus planes de desarrollo con base a las políticas dictadas desde el ámbito federal, específicamente respecto al PNT. El *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015* para Puerto Vallarta es un documento que diagnostica la situación actual del municipio en materia de economía, sociedad, institucionalidad y medio ambiente. Dada la condición del municipio como destino turístico por excelencia, este instrumento debe proveer alternativas de vinculación entre el desarrollo social y el turismo.

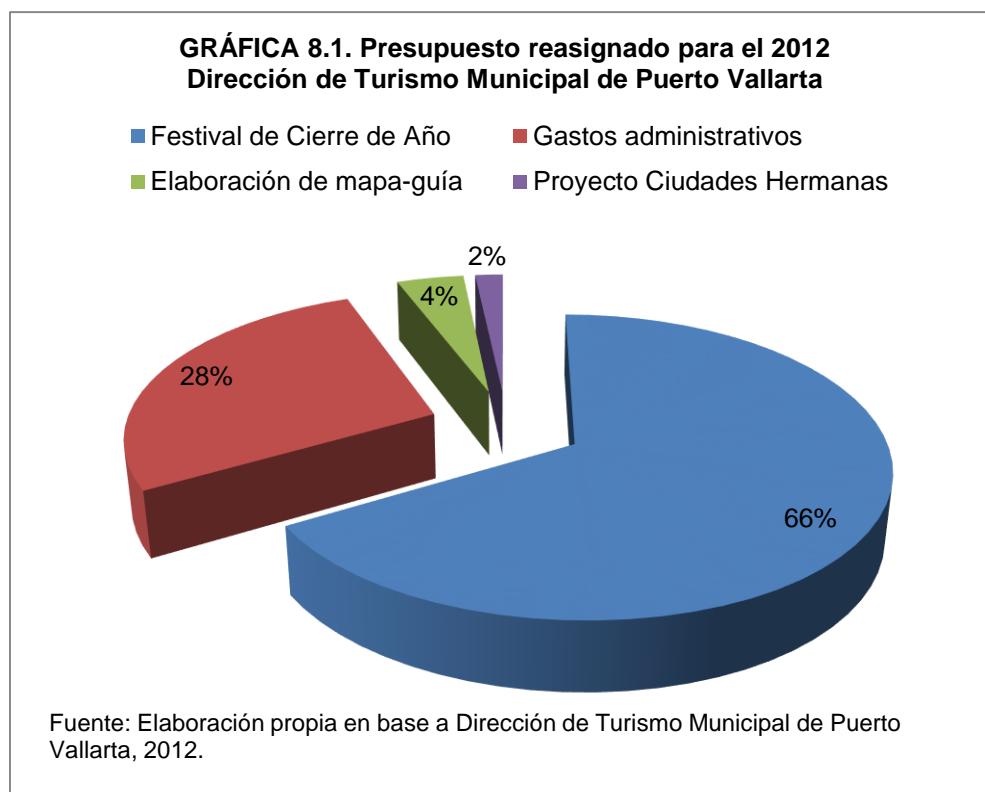
El principal objetivo estratégico del plan es consolidar a Puerto Vallarta como una ciudad con altos niveles de bienestar social y uno de los mejores destinos del Pacífico Mexicano. Entre los objetivos específicos más importantes figura la unificación de la ciudad turística y la habitacional, acortando la brecha de desigualdad y disminuyendo las condiciones de marginación social que existen en la actualidad.

8.2. Identificación de agentes para la gestión del destino

8.2.1. Coordinación institucional

En términos generales, al sector público le corresponde el diseño, la implementación y la evaluación de políticas públicas que contribuyan al mejoramiento de las prácticas turísticas. Al mismo tiempo, es el encargado de evaluar, financiar y ejecutar proyectos de inversión que impulsen y reactiven la actividad turística en los destinos.

En este sentido, de acuerdo a cifras proporcionadas por la Dirección de Turismo Municipal de Puerto Vallarta, del total del presupuesto reasignado para el 2012, más del 66% se destina a la realización del evento de Fin de Año, donde se promueven programas culturales y de entretenimiento, así como iluminación pirotécnica. Sorprende que sólo un 4% del presupuesto se destine a la elaboración de mapas-guía que proporcione referencias confiables para el turista (véase Gráfica 8.1.).



Cabe destacar que en este periodo, la Dirección de Turismo efectuó sólo tres acciones concretas en materia de promoción y fomento de la actividad turística, lo que refleja deficiencias significativas en la gestión gubernamental del sector.

Actualmente, de acuerdo al sitio oficial del *Sistema de Evaluación Municipal 2012-2015*, la Dirección de Turismo de Puerto Vallarta cuenta con ocho proyectos vigentes de impulso a la actividad turística. Entre ellos, resalta el cumplimiento al 100% en la elaboración de un inventario de atractivos y actividades con los que cuenta el municipio, el cual se encuentra disponible para la consulta pública. En la Tabla 5.1 se observa el estado de avance de los proyectos encabezados por dicha dependencia.

TABLA 5.1. Avance de los proyectos encabezados por la Dirección de Turismo Municipal de Puerto Vallarta 2012-2015	
Proyecto	Avance
Apoyo a cámaras y asociaciones turísticas.	74.8%
Atención adecuada en la franja turística.	66.7%
Atención de turistas en oficinas y módulos. Diseñar, editar y distribuir mapas-guía.	82.5%
Celebración del Día Internacional de Turismo. Lanzar el programa “Sabías que” el cual contiene datos históricos de Puerto Vallarta.	25%
Festival de Fin de Año.	0%
Levantamiento de inventario de actividades y atractivos turísticos del municipio.	100%
Organización y coordinación de actividades del Comité de Ciudades Urbanas.	61.1%
Promoción de la ciudad a través de la asistencia a ferias nacionales e internacionales del sector, así como la filmación de medios audiovisuales.	100%

Fuente: Elaboración propia en base a Sistema de Evaluación Municipal 2012-2015, H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta.

Por su parte, el proyecto de apoyo a cámaras y asociaciones turísticas incluye, entre otras cosas, la realización de fiestas mexicanas, recorridos turísticos guiados y tianguis culturales. De igual forma, mediante la iniciativa de atención a la franja turística, la Dirección de Turismo del municipio plantea la instauración de códigos QR, módulos para la campaña *Comparte Vallarta* y señalamientos de ubicación exacta en el *Shopping District*.

En lo que respecta al proyecto de diseño, edición y distribución del mapa-guía en el destino, para julio del 2013 se entregaron poco más de 7 mil unidades entre los

cuatro módulos y oficinas de atención, con un alcance de 35 mil 408 visitantes atendidos¹.

Para evaluar la gestión gubernamental del municipio se utilizó como referencia la *Agenda Desde lo Local*. Dicho programa es desarrollado por la Secretaría de Gobernación (SEGOB) a través del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), y permite evaluar la calidad del desempeño de las administraciones municipales a través de un semáforo que indica el grado en que se cumplen las funciones y responsabilidades. Al mismo tiempo, optimiza la detección de áreas de oportunidad donde la gestión municipal debe mejorar. Para efectos del presente diagnóstico se tomaron en cuenta cuatro indicadores evaluados a través de este instrumento, éstos son: 1.1. Municipio administrado con responsabilidad, 1.2. Municipio asociado y vinculado, 2.5. Municipio promotor del turismo y 4.3. Municipio cuidadoso de su imagen.

Durante el año 2012 en el indicador 1.2 correspondiente a *municipio asociado y vinculado*, Puerto Vallarta obtuvo la clasificación de “amarillo”; esto denota la deficiente relación entre las diversas dependencias de la administración municipal. En las otras variables -*administración responsable, promoción de turismo y cuidado de la imagen urbana*-, al contrario, Puerto Vallarta consiguió calificaciones positivas, lo que refleja la clara orientación turística que posee el municipio.

En resumen, el municipio de Puerto Vallarta tiene una participación muy activa en labores de gestión y promoción, fruto de la importancia que el sector turístico tiene para el municipio. No obstante, aún queda mucho camino por recorrer, pues existe una escasa participación del gobierno local en cuanto a planificación y gestión integral, como se puede apreciar en el presupuesto asignado a la Dirección de Turismo municipal y su distribución en las diferentes partidas.

8.2.2. Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil

La Cámara Nacional de Comercio, Turismo y Servicios de Puerto Vallarta representa y defiende los intereses de empresas y empresarios que ejercen actividades correspondientes al sector terciario. Así mismo, ofrece servicios de consultoría con el fin de promover la modernización y la competitividad de los pequeños, medianos y grandes negocios.

Por su parte, la Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas tiene como objeto unificar la hotelería que se desarrolla en el destino,

¹ Información obtenida de: <http://innventiva.com/tablepv/>

mediante la toma de decisiones por consenso. Agrupa a todos los propietarios, operadores y administradores de hoteles y moteles establecidos en los municipios de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, así como de otras localidades turísticas circundantes. Esta asociación representa legalmente los intereses de sus agremiados además de promover la actividad turística en medios nacionales e internacionales.

Actualmente, la asociación agrupa a 35 empresas de hospedaje de todas las categorías; mediante un Consejo Directivo, busca elevar la afluencia de turistas que se alojan en los establecimientos registrados y promocionar la imagen turística del destino. Sin embargo, esta asociación apenas representa el 12% de la totalidad de establecimientos de hospedaje de la zona, lo que indica que el sector privado no logra generar un amplio consenso asociativo para mejorar la competitividad turística del destino a través del empresariado local.

Por último, es importante agregar que la diversificación de la oferta turística en el puerto se debe principalmente a la iniciativa privada, ya que muchas empresas locales están buscando generar una alternativa al turismo de sol y playa. Para lograrlo se han conformado nuevas rutas y productos turísticos en las cercanías de Puerto Vallarta (Sierra Occidental, Sierra Wixárika), pero teniendo como ancla al sistema productivo local turístico Puerto Vallarta.

En el caso de Puerto Vallarta no se han identificado personas o asociaciones civiles que promuevan una mejora en la gestión de los atractivos turísticos locales o que fomenten alternativas de promoción turística. La ausencia de este tipo de iniciativas civiles podría deberse, por un lado, por la masificación del turismo ya existente en la localidad, que tal vez puede llevar a los ciudadanos erróneamente a pensar que no hay nada más por hacer en este ámbito, que el turismo en Vallarta es un fenómeno dado.

8.2.3. Coordinación multisectorial

Una de las alianzas más productivas para el municipio de Puerto Vallarta en materia turística es el Fideicomiso de Turismo (FIDETUR). Para el 2012, de acuerdo a datos publicados en el sitio oficial de turismo de Puerto Vallarta, la inversión de FIDETUR ascendió a casi 12 millones de pesos, que sumado a la inversión del Consejo de Promoción Turística de México y con el apoyo de los socios comerciales de E.U.A, Canadá y México, el monto ascendió aproximadamente a 303 millones de pesos (H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2013).

En este contexto, las campañas publicitarias realizadas tuvieron como socios a importantes firmas del turismo norteamericano y mexicano, entre las que figuran agencias de viaje y aerolíneas de talla internacional. De igual forma, en 2012 se realizaron 99 eventos en los mercados de México, Estados Unidos, Canadá, Europa y Sudamérica teniendo una inversión superior a los cuatro millones de pesos (*ídem*).

9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA

9.1. Las TIC's en el contexto local

Las TIC's ofrecen un potencial de comercialización y promoción de los destinos turísticos a través de herramientas amigables y accesibles para cualquier establecimiento. No obstante, los destinos mexicanos se están quedando rezagados en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Para el caso de Puerto Vallarta la situación es similar a lo que sucede en los destinos mexicanos, pero llama la atención que las TIC's sean poco aprovechadas para aumentar la competitividad turística del destino, aún a pesar de que su principal mercado es Estados Unidos, uno de los países con mayor Índice de Adelanto Tecnológico, considerado como una nación líder en este indicador (PNUD, 2001).

9.2. Las TIC's y la actividad turística

9.2.1. Portal de internet del destino

El sitio web de promoción de Puerto Vallarta catalogada como la guía oficial es visitapuertovallarta.com.mx. Este portal contiene información turística del destino para los diferentes segmentos de mercado, desde actividades de aventura hasta la realización de eventos de pesca deportiva, golf y *surfing*, además de los especiales de arte en galerías. La información sobre el destino se puede consultar en los idiomas español e inglés. De igual forma se publican noticias recientes sobre las actividades en el puerto.

Esta página electrónica se puede conocer desde diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Gmail, AOL o Yahoo, por medio de cuentas que están activas todo el tiempo gracias a los usuarios que constantemente están comentando sus experiencias o haciendo alusión a algún evento o fecha en especial. Los comentarios son vistos y monitoreados por los promotores de turismo del gobierno municipal que se encuentran en los distintos módulos de información y en las oficinas de la Presidencia Municipal.

9.2.2. Información al visitante

Respecto a los módulos de información turística, Puerto Vallarta cuenta con tres módulos, los cuales se encuentran en: el Malecón, la esquina de la Presidencia Municipal y a un costado del molino de agua. Además, se encuentra otro dentro de la Presidencia y uno más el Parque Hidalgo. En ellos se ofrece información de la oferta turística en mapas y folletos de los lugares de interés.

Es importante resaltar que los promotores turísticos, llamados también guías de turísticas, no recomiendan los sitios de interés, solamente proporcionan la información de la oferta turística (atractivos y servicios) para que el visitante elija a donde ir, pero no realizan ninguna sugerencia. Esto podría ser interpretado como una escasa preparación de los promotores o como una falta de interés por atenderá los visitantes.

Además, el destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con una línea telefónica que ofrece información oportuna al visitante.

BIBLIOGRAFÍA

Banco de Desarrollo de América Latina (2011). Desarrollo urbano y movilidad en América Latina. Bogotá: Corporación Andina de Fomento. Banco de España.

CESTUR – Centro de Estudios Superiores en Turismo (2010). *Perfil y grado de satisfacción del turista. Reporte Puerto Vallarta Octubre–Diciembre*. México. Recuperado de: <http://www.cestur.sectur.gob.mx/>

CESTUR, CONACYT, Universidad La Salle de Cancún. (2012). *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral turística a las necesidades del campo laboral*. México. SECTUR.

CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2013). *Inventario del patrimonio cultural inmaterial*. Sitio *Sistema de Información Cultural*. México. Recuperado de: <http://sic.conaculta.gob.mx/index.php?table=frprintangible>

CPTM - Consejo de Promoción Turística de México (2012). *La inseguridad en México*. Millward Brown.

_____ (2013). Monitoreo de mercados y destinos.

COEPO - Consejo Estatal de Población de Jalisco (2011). *Jalisco en Cifras*. Recuperado de: <http://coepo.app.jalisco.gob.mx/swf/SIEGJALISCO/libros/PDF/libroJaliscoencifras.pdf>

FONATUR - Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2013). Recuperado de su página oficial: <http://www.fonatur.gob.mx/es/index.asp>

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (2012c). Grupos aeroportuarios de México. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012. (Boletín). Recuperado de: <http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349>

INEGI - Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2010). Censo de Población y Vivienda 2010, Jalisco. Principales resultados por localidad. Recuperado el 15 de agosto de 2013 de: http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est

- _____(2012). Encuesta nacional de victimización y percepción sobre la seguridad pública 2012. México.
- _____(2012). Perspectiva estadística Jalisco. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/estd_perspect/sep_2012/jal/pers-jal.pdf
- _____(2013). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENU).
- H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta (2010). Plan de Desarrollo Municipal de Puerto Vallarta 2030.
- SEMADET-Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (2013). Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco. Guadalajara, Jalisco, México.
- SEMARNAT – Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2012). Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco.
- SECTUR - Secretaría de Turismo (2013). Agendas de competitividad por destinos turísticos de México. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/B143>
- SEPAF – Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas (2013) *¿Cómo vamos en Jalisco? Monitoreo de Indicadores del Desarrollo para el Bienestar de Jalisco.*
- SECTURJAL – Secretaría de Turismo de Jalisco (2011). *Anuario Estadístico 2011.* México.
- _____(2012). *Anuario Estadístico 2012.* México.

Universidad de Guadalajara (2012). *Estadísticas de títulos.* México. Recuperado de: <http://www.escolar.udg.mx/estadisticas>

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Instrumentos de Política Turística de Puerto Vallarta (Inventario existente y propuestas)

Octubre de 2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
I. Marco jurídico	4
a) Marco Normativo de Puerto Vallarta	19
II. Instrumentos de concertación y coordinación institucional	20
III. Instrumentos de financiamiento	23
IV. Instrumentos de promoción y comercialización	24
V. Modelo de Gestión Turística	25
a) Marco jurídico y financiero	26
b) Marco financiero municipal	27
VI. Problemática de los municipios en materia turística	27
a) La diversidad de servicios	27
b) El problema del financiamiento	28

INTRODUCCIÓN

La mayoría de las políticas públicas que se han emprendido en los últimos años, parecen ser ideales, pues no se reflejan en la realidad. Es sabido que un mejor país no se construye de un día para otro, ni de un año al siguiente, se requieren grandes esfuerzos a corto, mediano y largo plazo en materia de planeación para lograr la concurrencia de las políticas públicas. Por ello, se considera que es tiempo de hacer una revisión y actualización de las políticas turísticas para su adecuada aplicación.

Lo cierto es que estos instrumentos tienen que ir acompañados no sólo de objetivos, lineamientos y estrategias, sino de la voluntad de quienes serán los responsables de realizarlo. Compete al municipio en particular, y a los gobiernos federal y estatal, ejecutar la planeación y determinar el rumbo de las políticas públicas planteadas en materia de turismo.

De manera frecuente se desarrollan obras y se realizan acciones en pro del turismo conforme se van requiriendo o presentando, aunque muchas veces no se tiene una adecuada coordinación entre las instituciones oficiales que se relacionan con la actividad turística, ni se tiene el personal profesional requerido para llevar a la práctica las estrategias propuestas, así como para gestionar y aplicar los planes, programas y proyectos que fortalezcan los destinos vacacionales de México.

La falta de trabajo coordinado entre los organismos públicos y el bajo financiamiento que se destina a los proyectos turísticos, hace que se disminuyan las posibilidades de éxito de los mismos. Por ende, la prioridad debe entonces enfocarse a impulsar las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, que conjunta esta nueva política nacional del sector por la que todos tienen que trabajar.

El actuar de la Secretaría de Turismo federal (SECTUR), del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), de la Comisión Ejecutiva del Turismo (CET)¹, junto con el de la

¹ Esta CET fue creada a favor de la coordinación entre organismos oficiales, y tiene por objetivo conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades de la Administración Pública Federal (SECTUR–Secretaría de Turismo, 2013. *Comisión Ejecutiva de Turismo*. Recuperado de: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Comision_Ejecutiva_de_Turismo\).](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Comision_Ejecutiva_de_Turismo).)

Secretaría de Turismo del estado de Jalisco (SETUJAL) y el de las Direcciones de Turismo de los gobiernos municipales, debe estar bajo las cuatro directrices de la Política Nacional Turística que se describe a continuación (Presidencia de la República, 2013)².

Directrices de la Política Nacional Turística:

- **Primera: Ordenamiento y Transformación Sectorial.** La Política Nacional Turística se sumará a los distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales con incidencias en el sector. Para tal efecto, se creará el Gabinete Turístico, presidido por el Titular del Ejecutivo.
- **Segunda: Innovación y Competitividad.** Se debe diversificar su oferta en el futuro y consolidar los destinos que ya existen. Aprovechando esta coyuntura para la implementación de un Modelo de Gestión de Destinos.
- **Tercera: Fomento y Promoción.** El Estado debe asumir su responsabilidad en la planeación. El fomento y la promoción de los destinos turísticos tiene que ser una acción proactiva, un conductor y facilitador de los esfuerzos privados y de la sociedad.
- **Cuarta: Sustentabilidad y Beneficio Social.** Se tienen que crear los instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, que cuide y preserve el patrimonio natural, histórico y cultural; que impulse programas para hacer más accesible el turismo a los visitantes nacionales y extranjeros. Además que el viajar y conocer nuestro país, no debe ser un privilegio, sino una oportunidad al alcance de todos.

El turismo en el estado de Jalisco se encuentra alineado al Programa Nacional de Desarrollo (PND), en el eje México Próspero, con los siguientes puntos sectoriales:

1. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

² Presidencia de la República (2013), *Política Nacional Turística México*. Recuperado de: <http://www.presidencia.gob.mx/politica-nacional-turistica/>

Consolidando la oferta existente y los proyectos en proceso, así como fortaleciendo la infraestructura y la calidad de los servicios en la captación de nuevas inversiones en desarrollos turísticos, apoyando con procesos constructivos, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos. Incluso imprimiendo en el Programa Nacional de Infraestructura, un claro enfoque turístico.

2. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y una eficaz promoción de los destinos turísticos.

Diseñar una estrategia integral de promoción turística nacional e internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad; así como incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y los resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

Han de reconocerse los esfuerzos que en materia de concurrencia de políticas públicas hace la SECTUR, sólo que debería hacerse una revisión y un reforzamiento en la efectiva aplicación de las mismas, de tal manera que permitan lograr la articulación de los proyectos de inversión, las acciones y las estrategias propuestas en la presente agenda de competitividad turística.

De igual forma, continuar con las políticas sectoriales en materia de ordenamiento ecológico del Programa de Turismo Sustentable, a través de la *Agenda 21*, considerando la obligatoriedad de ser ejecutadas en el municipio de Puerto Vallarta.

Se debe seguir con la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad del Turismo; así como promover la vinculación entre los tres niveles de gobierno con empresarios y comunidades locales en aquellas acciones en favor del desarrollo turístico sustentable.

Hay que diseñar un sistema de información estadística de turismo para Puerto Vallarta, dada la baja calidad y el desorden que existe al respecto. Asimismo, se

sugiere intensificar los trabajos orientados a apoyar la investigación turística aplicada, conjugando recursos entre la SECTUR, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y las universidades localizadas en esta metrópoli. Es conveniente también reforzar y hacer efectiva una amplia cobertura en divulgación, servicios de extensión, desarrollo tecnológico y capacitación de los recursos humanos.

Incluso, hay que revisar la política fiscal, buscando estrategias de beneficio para el sector turístico, así como mecanismos que estimulen las inversiones en el sector, la afluencia turística y el gasto de los turistas, como por ejemplo la exención de impuestos y el otorgamiento de créditos blandos que fomenten la creación tanto de productos turísticos como de nueva oferta de servicios o ampliación de la misma.

I. Marco jurídico

Dentro del marco jurídico que determina el ámbito de competencia y funciones orgánicas de la SECTUR, se encuentra la siguiente normatividad: constitución política, leyes, códigos, tratados, reglamentos, decretos, acuerdos, disposiciones diversas, declaratorias, normas oficiales, programas, manuales, subsidios, convenios y convenios modificatorios.

Nombre del Documento	Fecha de Publicación de la última actualización
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	19/07/2013
LEYES	
Ley General de Turismo	08/04/2013
Ley Aduanera	09/04/2012
Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público	16/01/2012
Ley de Aeropuertos	21/01/2009
Ley de Amparo	02/04/2013
Ley de Asociaciones Público Privadas	16/01/2012
Ley de Aviación Civil	21/05/2013
Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal	21/05/2013

Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal de 2013.	24/12/2012
Ley de Inversión Extranjera	09/04/2012
Ley de la Propiedad Industrial	09/04/2012
Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación	18/06/2007
Ley de Migración	07/06/2013
Ley de Navegación y Comercio Marítimos	07/06/2013
Ley de Obras Públicas y Servicios relacionados con las Mismas	09/04/2012
Ley de Planeación	09/04/2012
Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles	09/04/2012
Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	28/05/2012
Ley del Servicio Exterior Mexicano	09/04/2012
Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica.	16/04/2008
Ley Federal Anticorrupción en Contrataciones Públicas.	11/06/2012
Ley Federal de Archivos	23/01/2012
Ley Federal de Competencia Económica	09/04/2012
Ley Federal de Derechos	09/04/2012
Ley Federal de las Entidades Paraestatales	09/04/2012
Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado Reglamentaria del apartado b) del artículo 123 Constitucional	03/05/2006
Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria	09/04/2012
Ley Federal de Procedimiento Administrativo	09/04/2012
Ley Federal de Protección al Consumidor	16/01/2013
Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos	15/06/2012

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental	08/06/2012
Ley Federal del Derecho de Autor	10/06/2013
Ley Federal del Trabajo	30/11/2012
Ley Federal Sobre Metrología y Normalización	09/04/2012
Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos	09/04/2012
Ley General de Asentamientos Humanos	09/04/2012
Ley General de Bienes Nacionales	07/06/2013
Ley General de Cambio Climático.	06/06/2012
Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable	07/06/2013
Ley General de Pesca y Acuacultura Sustentables.	07/06/2012
Ley General de Población	09/04/2012
Ley General de Protección Civil	06/06/2012
Ley General de Vida Silvestre	07/06/2013
Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente	07/06/2013
Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad.	30/05/2011
Ley General para Prevenir, Sancionar y Erradicar los Delitos en Materia de Trata de Personas y para la Protección y Asistencia a las Víctimas de estos Delitos.	14/06/2012
Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos	20/01/2009
Ley Orgánica de la Administración Pública Federal	02/04/2013
Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos	02/05/2013
Ley Sobre la Celebración de Tratados	02/01/1992

CÓDIGOS	
Código Civil Federal	08/04/2012
Código de Comercio	17/04/2012
Código Federal de Procedimientos Civiles	09/04/2012
Código Fiscal de la Federación	12/12/2011
Código Penal Federal	07/06/2013

TRATADOS	
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Belice y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/08/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Federativa de Brasil y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	03/07/1975
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Popular de Bulgaria y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	14/08/1980
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Canadá y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	14/03/1985
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995

Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Chipre y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	26/08/1996
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/12/1981
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Cuba y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	23/04/1982
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de República Dominicana y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	15/06/1984
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Árabe de Egipto y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	18/06/1992
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de El Salvador y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	28/01/1993
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno del Reino de España y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	03/05/1996
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos de América y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	25/01/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Filipinas y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	08/01/1998

Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Guatemala y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	26/05/1988
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Helénica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	29/07/1994
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Honduras y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	27/12/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Hungría y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	18/03/1994
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de la India y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/01/1998
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Jamaica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/03/1992
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno del Japón y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	24/05/1979
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Nicaragua y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/03/1992
Decreto por el que se aprueba el Convenio de Cooperación en Materia de Turismo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Panamá	16/07/2001
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Rumania y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/04/1995

Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Oriental del Uruguay y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Venezuela y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	11/02/1988
Decreto de promulgación del Convenio constitutivo de la Organización Mundo Maya	25/10/1993

REGLAMENTOS	
Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo	17/02/2010
Reglamento de la Ley Federal de Turismo	09/11/1999
Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares	28/11/2000
Reglamento de la Ley Aduanera	28/10/2003
Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público	28/07/2010
Reglamento de la Ley de Asociaciones Pública Privadas.	05/11/2012
Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica	24/03/2004
Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras	04/05/2009
Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial	10/06/2011
Reglamento de la Ley de Migración	28/09/2012
Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas	28/07/2010
Reglamento de la Ley de Pesca	28/01/2004

Reglamento de la Ley del Servicio de Tesorería de la Federación	07/05/2004
Reglamento de la Ley del Servicio Exterior Mexicano	15/10/2012
Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales	23/11/2010
Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria	04/09/2009
Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental	11/06/2003
Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor	14/09/2005
Reglamento de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización	28/11/2012
Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos	05/01/1993
Reglamento de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable	21/02/2005
Reglamento de la Ley General de Población	28/09/2012
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Áreas Naturales Protegidas	28/12/2004
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Autorregulación y Auditorías Ambientales	29/04/2010
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Evaluación del Impacto Ambiental	26/04/2012
Reglamento de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad.	30/11/2012
Reglamento de la Prestación del Servicio Turístico del Sistema de Tiempo Compartido	21/08/1989

Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas	18/06/1986
Reglamento del Código Fiscal de la Federación	07/12/2009
Reglamento del Registro Público de la Propiedad Federal	04/10/1999
Reglamento Interior de la Comisión Ejecutiva de Turismo	08/10/2004
Reglamento para el Uso y Aprovechamiento del Mar Territorial, Vías Navegables, Playas, Zona Federal Marítimo Terrestre y Terrenos ganados al Mar	21/08/1991
Reglamento para la Prestación del Servicio Turístico de Buceo	24/02/1992

DECRETOS	
Decreto por el que se crea el Consejo Consultivo Empresarial para el Crecimiento Económico de México.	25/06/2013
Decreto por el que se crea la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca	05/06/2001
Decreto por el que se crea la Comisión Nacional Forestal	04/04/2001
DECRETO por el que se reforma y adiciona el Artículo Tercero del Decreto por el que se crea el Consejo Consultivo Empresarial para el Crecimiento Económico de México.	25/07/2013
Decreto que establece las bases para el programa de descentralización de las funciones que realiza la Secretaría de Turismo	15/04/1992

Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal.	10/12/2012
Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.	20/05/2013
Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2013.	27/12/2012

ACUERDOS	
Acuerdo de Pleno del Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje emitido en sesión ordinaria del 6 de agosto de 2013, relativo a la modificación del horario de atención de la Oficialía de Partes de dicho Tribunal.	14/08/2013
Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.	10/06/2013
Acuerdo del Tribunal en Pleno emitido en sesión ordinaria celebrada el 5 de marzo de 2013, que establece como días de suspensión de labores del Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje, el veintisiete, veintiocho y veintinueve de marzo del presente año, en la inteligencia de que en esos días no correrán términos.	13/03/2013
Acuerdo mediante el cual se delega en los servidores públicos que se indican, la facultad de representación de la Secretaría de Turismo, en el otorgamiento y firma de los actos e instrumentos jurídicos que en adelante se señalan.	28/09/2009
Acuerdo mediante el cual se ordena concluir el cierre administrativo de las representaciones de la Secretaría de Turismo	23/03/2000
Acuerdo por el que la Secretaría de Turismo establece su domicilio legal para oír y recibir toda clase de notificaciones, acuerdos y documentos.	09/01/2013
Acuerdo por el que se abroga el diverso que creó el Comité de Programas Conjuntos de la Secretaría de Turismo, publicado el 8 de mayo de 1998	19/02/1999

Acuerdo por el que se adscriben Orgánicamente las Unidades Administrativas y Órgano Desconcentrado a que se refiere el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo	19/06/2001
Acuerdo por el que se crea el Centro de Estudios Superiores en Turismo como Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Turismo	16/07/1985
Acuerdo por el que se crea el Comité de Evaluación de Guías de Turistas Especializados	02/12/1998
Acuerdo por el que se crea el Comité para la Transparencia y Combate a la Corrupción en el Sector Turismo.	30/03/2001
Acuerdo por el que se crea el Comité Técnico de Estudios e Investigaciones del Sector Turismo.	02/08/2002
Acuerdo por el que se crea el Consejo Asesor para la Competitividad Turística	02/11/1999
Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo de Turismo	22/05/2008
Acuerdo por el que se crea el Consejo Nacional de Turismo Social	06/08/1997
Acuerdo por el que se crea la Comisión de Descentralización de la Secretaría de Turismo	25/05/1992
Acuerdo por el que se crea, integra y determinan objetivos de la Subcomisión de Temas Sociales de la Comisión Ejecutiva de Turismo	14/06/1999
Acuerdo por el que se crean las comisiones consultivas de establecimientos de hospedaje, campamentos, paradores de casas rodantes y alimentos y agencias de viajes; de guías de turistas; y, de empresas de sistemas de intercambio de Servicios Turísticos y Prestadores de Servicios relacionados con el Turismo	01/07/1994

Acuerdo por el que se crean, integran y determinan objetivos de las Subcomisiones de Inversión Turística, de Infraestructura para el Turismo y de Asuntos Fiscales, así como del Grupo de Trabajo de Cruceros de la Comisión Ejecutiva de Turismo	29/12/1998
Acuerdo por el que se dan a conocer los Trámites inscritos en el Registro Federal de Trámites Empresariales que aplica la Secretaría de Turismo y se establecen diversas medidas de Mejora Regulatoria	21/12/1998
Acuerdo por el que se delega en el Subsecretario de Planeación Turística, la facultad de coordinar funcionalmente al órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Turismo, denominado Centro de Estudios Superiores en Turismo.	30/08/2001
Acuerdo por el que se delegan diversas facultades a los servidores públicos que se indican.	04/07/2013
Acuerdo por el que se delegan facultades en los Titulares de la unidad de Servicios Turísticos y de la Dirección General de Servicios al Turista	02/12/1998
Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización y el Manual del Servicio Profesional de Carrera.	06/09/2012
Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno.	27/07/2012

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones Generales para la Transparencia y los Archivos de la Administración Pública Federal y el Manual Administrativo de Aplicación General en las materias de Transparencia y de Archivos.	23/11/2012
Acuerdo por el que se establece con carácter de permanente el Programa para la Implementación, Operación y Desarrollo del Sistema Nacional de Información Turística	18/08/1994
Acuerdo por el que se establece el procedimiento para la recepción y disposición de obsequios, donativos o beneficios en general, que reciban los servidores públicos de la Administración Pública Federal.	28/06/2013
Acuerdo por el que se establece la integración y el funcionamiento de los gabinetes.	01/04/2013
Acuerdo por el que se establecen las disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales.	03/10/2012
Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización de Auditorías, Revisiones y Visitas de Inspección.	16/06/2011
Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.	30/07/2013
Acuerdo por el que se establecen modalidades en la prestación del servicio de autotransporte federal de pasajeros y turismo para los efectos de ingreso de unidades vehiculares a dicho servicio	29/04/1996
Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal	28/12/2010

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.	21/12/2012
Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.	21/11/2012
Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.	22/08/2012
Acuerdo por el que se formaliza la creación, integración y objeto de las Subcomisiones de la Comisión Ejecutiva de Turismo	12/12/1994
Acuerdo por el que se modifica el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.	24/07/2013
Acuerdo por el que se modifica el diverso de fecha 18 de junio de 1996, publicado el 1 de julio de ese mismo año y se adscribe Orgánicamente la Dirección General de Asuntos Jurídicos al Titular de la Secretaría de Turismo	26/01/1998
Acuerdo por el que se reduce el plazo de resolución y se reducen requisitos, para la presentación de trámites ante la Secretaría de Turismo.	17/12/2012
Acuerdo por el que se reforman los artículos 2 y el párrafo segundo del artículo 5 del Acuerdo por el que se Crea el Centro de Estudios Superiores de Turismo, como Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Turismo	17/05/1999
Acuerdo por el que se re-sectoriza el Fondo Nacional de Fomento al Turismo en el Sector coordinado por la Secretaría de Turismo	22/02/2001
Acuerdo que establece las disposiciones de ahorro en la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2002.	28/02/2002

a) Marco Normativo de Puerto Vallarta

Leyes:

- Ley de ingresos del municipio de Puerto Vallarta, Jalisco para el ejercicio fiscal del 2013.
- Ley del Sistema de Agua Potable, Drenaje y Alcantarillado de Puerto Vallarta, Jalisco.

Reglamentos:

- Reglamento Orgánico del Gobierno y la Administración Pública del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento de Adquisiciones del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento de Construcción de Puerto Vallarta, Jal.
- Reglamento de Ecología para el Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento de Policía y Buen Gobierno.
- Reglamento de Servicios Médicos Municipales.
- Reglamento del Consejo Sistema de Recolección Reciclaje y Relleno Sanitario de Puerto Vallarta (SIRRVA).
- Reglamento del Instituto Municipal de la Juventud.
- Reglamento Interno de Trabajo de la Dirección de Seguridad Pública, Tránsito y Bomberos Municipal.
- Reglamento Interno del Consejo Consultivo de Turismo Municipal de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento Municipal del Deporte.
- Reglamento Municipal para la Protección al Ambiente.
- Reglamento Orgánico del Gobierno y la Administración Pública del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento Orgánico para el Funcionamiento de los Juzgados Municipales de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento para el Ejercicio del Comercio, Funcionamiento de Giros de Prestación de Servicios, Tianguis, Eventos y Espectáculos, en el Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento para la Entrega y Recepción de la Administración Pública del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.
- Reglamento para la Prestación de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.

- Propuesta de Reglamento para la Promoción del Sistema de Tiempo Compartido del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.

En este sentido, la actividad turística se encuentra fundamentada, sólo es preciso realizar una revisión y adecuación a las condiciones de cada destino turístico con el fin de realizar una efectiva aplicación en vistas de lograr una mejora en la calidad de los servicios y productos turísticos, logrando con ello avanzar en el campo de la competitividad.

II. Instrumentos de concertación y coordinación institucional

Es claro que sin una efectiva concertación y coordinación interinstitucional, así como entre el sector público con la iniciativa privada y la sociedad, el sistema turístico estatal y local no funcionará de manera apropiada.

Según el Tercer Informe de Labores de la SECTUR, en el 2009, a nivel regional, estatal y municipal, se suscribieron una serie de convenios de coordinación en materia de Reasignación de Recursos Federales, con un monto de 1,485 millones de pesos; los cuales se destinaron a proyectos de infraestructura turística, con aportaciones adicionales por parte de los gobiernos estatales y municipales, beneficiados.

En Jalisco, estos recursos sumaron la cantidad total de 146 millones de pesos para 13 proyectos de infraestructura, que permitió mejorar la oferta turística del estado, al rehabilitar localidades con atracción cultural (tal es el caso de San Juan de los Lagos y Mascota) y natural, como Puerto Vallarta. La realización de estos proyectos mejoró, sin duda, la imagen urbana de los cuatro Pueblos Mágicos que en ese entonces tenía la entidad (Tapalpa, Mazamitla, Tequila y San Sebastián del Oeste). Sin embargo, la aplicación de estos recursos no cubrieron las expectativas en cuanto a diversificar el entretenimiento y esparcimiento de los turistas, dado que se tradujeron en acciones desarticuladas.

Para 2013, el gobierno de Jalisco definió, junto con la SECTUR, 12 proyectos turísticos que serán financiados en el estado durante este año, a través del subsidio denominado *Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística*. En este mismo año el monto a invertir será de 86 millones de pesos, aportado en partes iguales por los gobiernos federal y estatal, que servirán para ejecutar diversas intervenciones de mejora urbana, equipamiento, capacitación y diagnósticos de competitividad y sustentabilidad en los municipios de la ZMG; además de los Pueblos Mágicos, Chapala, Cihuatlán y Puerto Vallarta. De la inversión total, 40

millones de pesos estarán concentrados en el plan de señalización turística de la ZMG, que sustituirá y homologará este mobiliario en Guadalajara, Zapopan; Tlaquepaque y Tonalá; el resto se dirigirá a otros municipios turísticos importantes de Jalisco, como: San Juan de los Lagos, Puerto Vallarta, Tapalpa, Mazamitla, Tequila, San Sebastián del Oeste, Chapala, Cihuatlán y Lagos de Moreno.

Los 12 proyectos a ejecutar con el subsidio *Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística* son:

- 1) VII Etapa Rescate del Centro Histórico y Zonas de Influencia en Puerto Vallarta: 5 millones de pesos.
- 2) II Etapa del Programa de San Sebastián del Oeste Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.
- 3) XI Etapa del Programa Tapalpa Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.
- 4) XI Etapa del Programa Tequila Pueblo Mágico: 3.5 millones de pesos.
- 5) VIII Etapa del Programa Mazamitla Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.
- 6) II Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana del Centro Histórico de Lagos de Moreno: 8 millones de pesos.
- 7) Malecón Ecoturístico de Chapala (renovación de imagen urbana de banquetas en avenida Ramón Corona): 3 millones de pesos.
- 8) II Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana del Corredor Turístico Melaque-Barra de Navidad y acceso público a playas de Cihuatlán: 5.5 millones de pesos.
- 9) I Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana de Calles Morelos y Buen Viaje, en San Juan de los Lagos: 4 millones de pesos.
- 10) Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística: 1 millón de pesos.
- 11) Señalización Turística en ZMG: 4 millones de pesos.
- 12) Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad de los Destinos (Guadalajara, San Juan de los Lagos, Puerto Vallarta, Tapalpa, Mazamitla, Tequila, San Sebastián del Oeste y Lagos de Moreno): 4 millones de pesos.

Para el caso de Puerto Vallarta, destacan cinco proyectos entre los 12 mencionados anteriormente, se trata de los siguientes:

- ✓ *Complejo Metropolitano de deporte, recreación y cultura (METRO COM)*. Incluirá la remodelación de la unidad deportiva, acuario regional, puente peatonal al parque, balneario – club de playa, y una zona federal marítimo terrestre y parque escultórico.
- ✓ *Museo Arqueológico / Natural Isla del río Cuale*. Recuperación de áreas libres de la isla y la instalación de un museo al aire libre.

- ✓ *Plaza del Mar.* Contempla la instalación del mercado del mar en el parque Hidalgo, para la venta de productos del mar y mariscos de la región, además de restaurantes del mismo segmento. La construcción se alinearán a la normatividad de imagen del puerto.
- ✓ *Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas.* Recuperación del espacio público que contribuye a la conservación y recuperación de éste para dedicarlo a actividades culturales.
- ✓ *Distrito Residencial para retirados.* Re-densificación urbana a través del reagrupamiento parcelario y la revitalización de áreas verdes, así como la construcción de un hospital y un spa.

Por años, en los programas de turismo se han venido tratando aspectos relacionados a la *Coordinación Sectorial*, pero, por lo menos en el estado de Jalisco, los resultados han sido magros. En cuanto al *Desarrollo Institucional e Innovación*, la estructura administrativa de la SECTURJAL es relativamente pequeña para las grandes potencialidades que el desarrollo turístico tiene en el estado. La interacción institucional se considera adecuada debido a que esta dependencia estatal, responsable de la actividad turística, siempre está presente en las mesas de trabajo que se organizan, y en donde se discuten las posibles acciones a emprender entre las distintas instancias públicas, aunque los resultados son mínimos, pues las propuestas no se reflejan en la realidad, todo queda por lo general en buenas intenciones.

Es necesaria una reestructuración o reingeniería de la SECTURJAL y las Direcciones de Turismo municipales, en este caso la de Puerto Vallarta, con el fin de que permita no sólo fortalecer la relación interinstitucional con otras dependencias públicas, como por ejemplo con las encargadas de la promoción cultural, sino también dar seguimiento a los acuerdos, compromisos y estrategias que contribuyan al fomento y desarrollo de la actividad turística en la entidad.

Un aspecto importante que permitiría agregar valor a los trabajos realizados por las instancias de turismo en el estado y los municipios, es la vinculación con las universidades con el propósito de contar con recursos humanos capacitados y de realizar investigaciones y asesorías a los gobiernos, las empresas del ramo y las comunidades locales.

Se propone que las instituciones de educación superior funjan como consultoras para la elaboración de estudios y proyectos, la implementación de nuevos modelos de gestión turística y la generación de información para la toma de decisiones, la mejor aplicación de las inversiones y el ejercicio de presupuestos gubernamentales.

En este mismo marco de colaboración y trabajo inter y multidisciplinario, se sugiere que, a través de un Comité de Turismo de Puerto Vallarta, se trabaje de manera conjunta y coordinada con dependencias federales, estatales, municipales y organismos vinculados con el sector turístico, para sumar esfuerzos y recursos financieros en vistas a fortalecer y desarrollar este sector. Históricamente, los trabajos y los esfuerzos que se han efectuado por esta actividad en el estado, han sido muy reducidos e insuficientes para lograr los objetivos propuestos.

En cuestiones de modernidad, se sugiere dotar de nuevo equipo tecnológico a la SECTURJAL y a las Direcciones de Turismo municipales, con el objeto de mejorar y hacer más eficiente sus funciones; así como para ampliar su red de comunicación con cualquier instancia gubernamental, privada y social.

Además, se deberá buscar la vinculación y coordinación con organismos relacionados con el sector turismo y las Instituciones de Educación Superior (IES); incluso habría que aplicar mecanismos de participación ciudadana con el fin de concientizar y lograr acciones integrales para la mejora del servicio y atención al cliente.

Los retos de la gobernanza en turismo seguirán siendo la obtención de mayor volumen de recursos a efecto de incrementar los proyectos y acciones en pro del turismo, a través de *Convenios de Coordinación y Concertación*, para concretizar las propuestas aquí planteadas. Para ello, es importante la gestión ante el Gobierno del Estado de Jalisco para el incremento de aportaciones presupuestales orientadas hacia el desarrollo de infraestructura y formulación de nuevos proyectos turísticos. Asimismo, urge implementar un nuevo esquema de cooperación para el desarrollo de nuevos productos turísticos, a través de convenios en materia de reasignación de recursos.

Una vez evaluado y analizado los resultados de los programas de Pueblos Mágicos y de Casonas y Haciendas Rurales en la entidad, conviene emprender el desarrollo del turismo alternativo, específicamente el turismo rural y el ecoturismo, dado el potencial existente en Puerto Vallarta.

III. Instrumentos de financiamiento

Las sugerencias que se hacen al respecto, son relativas a lo siguiente:

- Incrementar y destinar dentro del presupuesto de los gobiernos estatal y municipal, partidas importantes para el sector turístico, específicamente

para capacitación, elaboración de estudios y proyectos, así como para obras de infraestructura turística.

- Realizar convenios de cooperación financiera entre el gobierno estatal, las cámaras y organizaciones privadas, las universidades y las dependencias federales y estatales afines al sector (SEDESOL, SAGARPA, SEMARNAT, TELMEX, PEMEX, etc.), con el fin de sumar sinergias para el crecimiento y desarrollo del turismo.
- Buscar nuevas formas de financiamiento con aquellas fundaciones internacionales y organismos no gubernamentales interesadas en sumarse a los proyectos y trabajos de la SECTURJAL.
- Capacitar al personal de las Direcciones de Turismo Municipales en materia de estrategias para consecución de fondos externos para el sector.
- Implementar convenios con la banca de desarrollo para conseguir financiamientos accesibles para el desarrollo del turismo.
- Analizar mecanismos para la aplicación y el aprovechamiento de las remesas, provenientes de los emigrados al extranjero, en el desarrollo del turismo de sus lugares de origen.

IV. Instrumentos de promoción y comercialización

Con el apoyo del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), se propone elaborar un plan estratégico de mercadotecnia con el propósito de localizar nuevos nichos de mercado para Puerto Vallarta, desarrollar estudios y proyectos estratégicos, definir estrategias de promoción y publicidad, entre otros. Se sugiere también hacer estudios transversales para el fomento y desarrollo del turismo alternativo en Puerto Vallarta, y en particular para fortalecer el turismo de sol y playa.

Incluso, es necesario evaluar el impacto y los resultados de la presencia de las distintas dependencias públicas y organismos privados de Puerto Vallarta en ferias, exposiciones y tianguis turísticos que celebran a nivel nacional como internacional, con la finalidad de que sea más productiva la asistencia a este tipo de eventos y los recursos económicos y los esfuerzos destinados a ellos.

Se considera que para realizar una buena estrategia de comercialización del turismo de Puerto Vallarta, primeramente se debe de contar con productos diversificados, de calidad y competitivos.

Por último, es preciso tomar en cuenta dos acciones importantes: primero, diseñar un Modelo de Gestión Turística para Puerto Vallarta y segundo, reestructurar los organismos públicos directamente relacionados con el turismo del estado de Jalisco y con el municipio de Puerto Vallarta. Este modelo se concibe como un instrumento de política turística, mediante el cual deben aclararse las funciones y responsabilidades de todos los actores que intervienen en la actividad turística.

V. Modelo de Gestión Turística

En la última década se han cuestionado los modelos tradicionales de organización turística, debido a que no cumplen con las demandas de los turistas y las poblaciones locales. Ante esta situación es conveniente construir o diseñar Modelos de Gestión Turística Local que permitan organizar de manera responsable y comprometida a los destinos. De ahí la importancia de la presente propuesta, que surge como respuesta al proyecto de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, que coordina la SECTUR y que busca apoyar la nueva Política Nacional de Turismo, que plantea el Presidente de la República para su actual gestión.

La idea es el diseño de un Modelo de Gestión Turística, en el ámbito local, y se enmarca en un conjunto de acciones que llevará a cabo la SECTUR, como el proporcionar al Ayuntamiento de Guadalajara de las herramientas necesarias para estimular una mejor organización y una mayor intervención en el diseño y aplicación de las políticas públicas, con miras a lograr un desarrollo turístico equilibrado, sustentable y competitivo para la metrópoli.

El Modelo de Gestión Turística lo justifican las siguientes razones:

- Por el papel clave que juega el municipio de Puerto Vallarta en el desarrollo turístico, ya que es a nivel local donde el turista produce sus experiencias.
- Por la transversalidad del turismo que hace necesaria la existencia de una organización, que coordine todo lo implicado en la actividad turística.
- Por el cuestionamiento que se hace de las “formas operativas actuales” en el destino objeto de estudio, tanto desde la perspectiva de la eficiencia y métodos

de gestión, como desde el aspecto de financiamiento, basado en gran medida de fondos públicos.

- Por la necesidad de nuevas y más fuentes de financiamiento, de acuerdo a las necesidades del destino y con responsabilidades equitativas (principalmente entre gobierno y sector privado).
- Por la búsqueda de un nuevo modelo de turismo organizativo, con fórmulas jurídicas que responsabilicen a los actores involucrados desde sus propias responsabilidades, pero también que logren una mayor eficiencia en los niveles ejecutivos y operativos, para dar respuesta a la competitividad del destino.

El objetivo específico de esta propuesta de Modelo de Gestión Turística es el de mejorar los instrumentos de organización, operación y gestión de la política de desarrollo y promoción turística local, para que a partir de este instrumento, el municipio de Puerto Vallarta defina el modelo más adecuado a sus necesidades y circunstancias.

a) **Marco jurídico y financiero**

En nuestro país, el marco jurídico para los municipios que participan en la actividad turística, se fundamenta en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; concretamente en el artículo 25 donde se señala que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional, y el artículo 115 donde define al municipio como una entidad básica para la organización territorial. Además se sustenta en las Leyes de Planeación y de Turismo del estado de Jalisco y sus municipios.

Tal y como lo señala el artículo 115 de nuestra Constitución Política, los municipios tienen las facultades para ejercer la autonomía de autogobernarse y auto-legislarse. El gobierno local además de dotar de infraestructura y prestar servicios básicos (como por ejemplo seguridad pública, agua potable y alcantarillado), tiene bajo su responsabilidad el promover y fomentar el turismo en su territorio, y en particular el conformar nuevos productos y atracciones turísticas. Así pues, los municipios en México al tener la atribución legal de crear sus propias estrategias y planes de desarrollo para ordenar su crecimiento económico y urbano, pone en evidencia la importancia de este nivel de gobierno, como autoridad ejecutora a escala local.

Sin duda, la actividad turística, por su carácter transversal y su interdependencia con otras actividades, se encuentra influenciada por la reglamentación jurídica de los distintos órganos de gobierno, sean: federales, estatales y municipales.

b) Marco financiero municipal

El sustento actual del sistema de financiamiento de los gobiernos locales es el artículo 115, fracción IV Constitucional, que se refiere a que los municipios administrarán libremente su hacienda, misma que se formará de los rendimientos de los bienes que les pertenezcan, de las participaciones federales y estatales, y los ingresos derivados de la prestación de los servicios públicos a su cargo. El municipio a partir de la reforma constitucional de 1983, en lo que concierne al artículo 115, tiene que enfrentar el reto que signifique una auténtica autonomía, revestida de poder y capacidad, frente a la misma estructura política del país. Las nuevas funciones municipales, sin embargo, en la práctica tendrán que ajustarse también a las relaciones de dependencia política y económica tanto con el Estado, como la federación.

La Ley de Hacienda del estado de Jalisco y la Ley de Ingresos del Municipio de Puerto Vallarta, son también el fundamento que modela el financiamiento de los ayuntamientos, donde se establecen las bases para la recaudación y la distribución que se hará en gasto público.

VI. Problemática de los municipios en materia turística

a) La diversidad de servicios

El marco de servicios que ofrecen los municipios está definido por los reglamentos aprobados en cabildo. Estos servicios, algunos vinculados con la actividad turística, se pueden agrupar en tres grandes apartados:

1. *Servicios e infraestructura básica*, tienen una gran importancia para la competitividad turística del municipio o destino; entre ellos destacan: ordenamiento del territorio y urbanismo, alumbrado, agua, saneamiento, limpieza, residuos, zonas verdes, calles y avenidas, seguridad pública.
2. *Servicios específicamente derivados del carácter turístico del municipio*: promoción, señalización e información turística, atención al turista, protección y mantenimiento de los atractivos naturales y culturales (entorno, playas, paisaje urbano, patrimonio edificado por citar algunos).

3. Otros servicios ordinarios, que van principalmente destinados a la población residente y tienen escasa o nula incidencia en la actividad turística. Se engloban aquí, por ejemplo: actividades de ocio y deportivos, equipamientos culturales, educación y salud pública.

Los bienes y servicios de inversión privada se subdividen en:

- i. *Servicios básicos*, calificados generalmente como “creados para el turismo” (alojamiento, gastronomía, transporte especializado, tour operadores y agencias de viaje, servicios recreativos, etc.), dado que son necesarios y están estrechamente vinculados al desempeño de esta actividad.
- ii. *Servicios complementarios*, son aquellos que están orientados preferentemente a la población local, pero que los turistas también consumen en cantidades significativas, tal como el comercio y los eventos o espectáculos.

La infraestructura y servicios de inversión pública se diferencia entre:

- i. *Los bienes públicos e infraestructuras de carácter general*, imprescindibles para mejorar los índices de competitividad turística de cualquier destino, como por ejemplo: carreteras, autopistas, aeropuertos, energía, salud, seguridad pública y comunicaciones. Estos bienes normalmente son suministrados por la administración pública estatal y federal.
- ii. *Los servicios públicos locales*, como el ordenamiento urbano, el medio ambiente local, el servicio de agua potable y alcantarillado, la seguridad pública, la recolección de basura y el tratamiento de residuos, la información y atención al turista son generalmente proveídos por la administración pública local.

b) El problema del financiamiento

La mayoría de los municipios del estado Jalisco, incluyendo a Puerto Vallarta, adolecen de un presupuesto suficiente para cumplir, al menos con las necesidades de infraestructura y de servicios básicos que demanda la población local. Por su parte, los municipios con una elevada actividad turística, además de hacer frente a la problemática general de sus comunidades, especialmente en cuanto a carencia financiera, deben hacer frente a los problemas específicos derivados de su condición turística, como por ejemplo el de tener que prestar

servicios de atención a numerosos turistas que, de hecho, a veces multiplica el de la población local, por ejemplo, los gastos imprescindibles para asegurar la competitividad turística, como la promoción e información, el cuidado y mantenimiento del patrimonio cultural, entre otros.

La estacionalidad, muy acusada en muchos destinos turísticos de sol y playa, como sucede con Puerto Vallarta, introduce otro agravante al tener que sobredimensionar el equipamiento y servicios para atender las necesidades de los turistas en las temporadas altas, aunque estén inutilizados en los períodos bajos.

Las autoridades municipales y estatales presentan problemas de fondo en lo referente a contar con un mayor financiamiento para la promoción del turismo en sus territorios, por las causas siguientes:

- La utilización del destino como segunda residencia, introduce un efecto negativo en parangón con aquellos municipios que poseen una alta oferta de hospedaje y que captan una mayor derrama económica y fuentes de empleos.
- El sistema financiero de los municipios registra sus ingresos por la recaudación de impuestos, las actividades comerciales, los servicios locales, la venta de activos, así como por las participaciones de los gobiernos federal y estatal.

La importancia que representa el turismo en el municipio de Puerto Vallarta es indiscutible, por la derrama económica y la generación de empleos, no se ve reflejada en los presupuestos que se destinan a los municipios para cumplir de manera satisfactoria la gestión turística en sus territorios; de ahí la necesidad que se otorgue un mayor porcentaje de participación del impuesto al valor agregado (IVA) de los servicios turísticos, al municipio que lo capte.

Finalmente y de acuerdo con la experiencia de otros destinos del mundo, la participación decidida de las instancias de gobierno federal, estatal y municipal es muy importante para establecer una normatividad, un trabajo de planeación interinstitucional, claras estrategias de apoyo económico y de financiamiento para la modernización del sector turístico.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

**Esquemas para fomentar la inversión
pública y privada en Puerto Vallarta**

Octubre de 2013

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
I. ESQUEMAS DE FOMENTO A LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA	1
II. INCENTIVOS PÚBLICOS A LA INVERSIÓN.....	3
III. ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS.....	4
a. Competitividad en Jalisco	4
IV. PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE DEBEN IMPULSARSE EN PUERTO VALLARTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	5

INTRODUCCIÓN

Para realizar los planes sectoriales, impulsar proyectos de inversión y promoción turística así como para favorecer e incentivar la inversión privada en actividades relacionadas con el turismo, el gobierno federal cuenta con la Secretaría de Turismo (SECTUR), además de dos entidades paraestatales que se encargan de impulsar proyectos, instrumentar políticas públicas y contribuir al desarrollo y promoción efectiva de los destinos turísticos; estas son el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos de impacto nacional, así como del fomento a la inversión; y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), empresa pública de participación estatal mayoritaria encargada de la promoción turística nacional e internacional. Asimismo, para coordinar las políticas y programas de los diferentes niveles de gobierno e incorporar las propuestas de los prestadores de servicios turísticos, se creó la Comisión Ejecutiva del Turismo (CET).” (Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados: www.diputados.gob.mx).

A nivel estado (Jalisco) existe una Secretaría de Turismo (SECTURJAL), misma que se encarga de apoyar las políticas y funciones de la instancia federal, con el propósito de impulsar el desarrollo de este sector y mantener una constante cooperación con los prestadores de servicio, los demandantes de servicios y los gobiernos locales.

De igual forma, a nivel municipal, comúnmente se cuenta con Direcciones de Turismo que tienen como encomienda el impulso de proyectos y la promoción del destino a este nivel, particularmente, en lugares que tradicionalmente han sido considerados como importantes destinos turísticos.

I. ESQUEMAS DE FOMENTO A LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

Los municipios cuentan con un conjunto de instrumentos, la mayoría de ellos de tipo económico y legal, para fomentar la inversión privada en su territorio. Entre otros, podemos citar: modificaciones de uso de suelo, precios de suelo, propiedad del municipio, tarifas accesibles de servicios públicos armonizadas con determinados objetivos de inversión y generación de empleos, administración del impuesto predial, gestión de permisos, cobros de licencias, etc. Regularmente los gobiernos municipales ofrecen paquetes de incentivos diferentes en relación a los impactos comprometidos y esperados de determinados tipos de inversión. Lo más común es que dichos incentivos se asocien al número de empleos generados y a los montos de inversión realizados.

Adicionalmente, se premian conductas en las empresas que vayan asociadas a la responsabilidad social y ambiental, con el propósito de reducir al máximo los impactos sociales y ambientales de algunos tipos de inversión.

En el ámbito de la hotelería, el propio FONATUR dispone de importantes extensiones de suelo en destinos con potencial de crecimiento, que ofrece a precios preferentes a inversionistas interesados en el ramo, pero no todo es inversión privada, al sector público le compete crear las mejores condiciones para que este tipo de inversiones tengan expectativas de recuperación de la inversión y de obtención de ganancias en un horizonte de tiempo aceptable. A este objetivo contribuyen no sólo los incentivos fiscales, sino también la dotación de infraestructura y el equipamiento de los territorios en los que se asentarán las nuevas empresas, así como la mejora regulatoria y la creación de un ambiente institucional y social que genere certidumbre en los negocios.

En el ámbito municipal, los gobiernos cuentan con Direcciones de promoción económica y turismo, las cuales tienen la responsabilidad de diseñar las políticas y estrategias de promoción y la aplicación de incentivos para la inversión productiva.

En el siguiente cuadro se resumen, con algunos indicadores, las condiciones que guarda el marco institucional y normativo para el fomento de la inversión privada en general y de la actividad turística en particular.

TABLA 1. Esquemas para promover la inversión turística en Puerto Vallarta						
Municipio	DPE	RMT	INC.	FIN.	Nivel	DI
Puerto Vallarta	Si	Si	Si	Si	MA	Si
DPE: Dirección de Promoción Económica, RMT: Reglamento Municipal de Turismo, INC: Incentivos a la inversión privada, FIN: Programa de Financiamiento a la Inversión Productiva, Nivel. Se refiere al nivel de los esquemas y estructuras de promoción e incentivos al turismo por municipio: MA (Muy Alto), Alto o Medio DI: Disponibilidad de la Información.						
Fuente: Elaboración propia						

En particular, existe un marco legal a nivel municipal para fomentar la inversión turística mediante estrategias de planeación, evaluación de proyectos y de diversos tipos de incentivos. Dicho marco está definido por los Reglamentos Municipales de Turismo (RMT). En ellos se establecen las condiciones bajo las cuales debe propiciarse la inversión en este sector con diversos tipos de regulaciones, facilidades, establecimiento de prioridades y diversas opciones de apoyos e incentivos.

En dichos reglamentos se da forma legal a los Consejos Consultivos de Turismo (CCT) conformados por representantes de los gobiernos en sus distintos niveles, iniciativa privada, organismos patronales y miembros de la sociedad civil, etc. Son los CCT los encargados de definir las políticas, planes, estrategias y acciones en la materia e incluso de establecer las Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario en el territorio municipal.

Las Direcciones de promoción económica y sus reglamentos respectivos son también un referente importante para entender las políticas y estrategias de fomento de la inversión. En algunos municipios, dichas instancias se convierten en medios para impulsar la competitividad municipal.

II. INCENTIVOS PÚBLICOS A LA INVERSIÓN

En general, todos los municipios cuentan con un marco institucional de fomento a la inversión productiva, pero de nueva cuenta son los municipios más desarrollados y con mayores recursos quienes cuentan con los mecanismos más modernos. Zapopan va a la cabeza en este rubro, seguido de Tlajomulco, Guadalajara y San Pedro Tlaquepaque. Se puede decir que estos municipios cuentan con un marco institucional *Muy Alto* por la variedad de opciones que ofrecen, la información que promueven y por el tipo de incentivos que establecen.

Los incentivos son diversos en cuanto a tipos y montos dependiendo del giro de que se trate, el número de nuevos empleos que se comprometan a crear y los montos de inversión. Zapopan, San Pedro Tlaquepaque y Tlajomulco son de los municipios más avanzados en el diseño de incentivos y ello explica, en parte, su éxito en la captación de inversiones productivas. Por ejemplo, para el caso del municipio de Zapopan, la creación de un nuevo negocio en la industria, agroindustria, el comercio o los servicios, si el monto de la inversión es de 15 mil salarios mínimos y se crean tres o más nuevos empleos, el descuento es de 50% en el pago de derechos, licencias e impuestos. Si la empresa es de innovación, industria aeronáutica o sustentable, el descuento puede ser del 100% en este tipo de pagos.

Con referencia a esto, habría que aclarar que los montos de incentivos y financiamiento a los proyectos de inversión productiva se determinan en los presupuestos y leyes de ingresos municipales. Desafortunadamente, los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y Puerto Vallarta tienen restricciones severas para destinar recursos con estos propósitos, debido a los altos montos de deuda pública, dado que en otras circunstancias podrían haberse destinado a proyectos de inversión productiva.

III. ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS

En la era de la informática y las comunicaciones es fundamental que los municipios den a conocer la mayor información posible, esto para la toma de decisiones de los inversionistas privados sobre los atractivos (de localización, infraestructura, estabilidad social, tamaño de mercado, incentivos, cercanía a mercados importantes, etc.) que tienen los mismos.

En este rubro, los municipios más grandes cuentan con plataformas más completas y de más fácil acceso. Destacan: Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque y Puerto Vallarta. El municipio más rezagado en este y otros rubros es San Juan de los Lagos, seguido del municipio de Tonalá.

a. Competitividad en Jalisco

Existe cierto consenso en aceptar que la mejor forma de atracción de la inversión está relacionada con la creación de un ambiente competitivo y de calidad de vida de la población. Las sociedades que han alcanzado altos estándares en calidad de vida tienden a ser las más competitivas y por ende, las más atractivas para la realización de negocios e inversiones productivas, generando un círculo virtuoso de crecimiento y bienestar.

En este sentido habría que reconocer que Jalisco no se encuentra en un buen estatus de competitividad, porque a pesar de ser la cuarta economía estatal a escala nacional, en competitividad ocupa el lugar número 13, por debajo del D.F. que ocupa el primer lugar y de estados como Nuevo León, Coahuila y Aguascalientes, por citar sólo algunos, de acuerdo a la medición que realiza el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO).

Solamente en dos de los 10 factores que utiliza el IMCO para medir la competitividad, estamos en el Top 10. En sistema político estable y funcional (lugar 4) y sectores precursores de clase mundial (lugar 9). En dos ámbitos esenciales para generar confianza y un buen ambiente institucional, estamos seriamente rezagados: en sistema de derecho confiable y objetivo ocupamos el lugar 20 y en gobiernos eficaces el lugar 21. En el resto de los factores ocupamos posiciones intermedias.

Al respecto, en lo que sigue se identificará la lista de proyectos de inversión o promoción que se requiere impulsar por destino.

IV. PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE DEBEN IMPULSARSE EN PUERTO VALLARTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

- 1) Ordenamiento, mejora y ampliación de los servicios de transporte público y privado que se ofrecen al interior del municipio.
- 2) Ampliación y mejora de la infraestructura vial.
- 3) Ampliación y modernización de la infraestructura carretera y aeroportuaria que comunica al municipio con otras zonas del país y del exterior.
- 4) Mejora sustancial de las condiciones ambientales de las playas.
- 5) Implementación de programas de mejora de la calidad en el servicio que ofrecen los empresarios del turismo.
- 6) Impulso a otras actividades relacionadas con la industria turística, tales como la alimentaria, de servicios personales, transporte y servicios financieros con el propósito de potenciar las ventajas que ofrece la dinámica del turismo para desarrollar efectos de encadenamiento con otras actividades económicas.
- 7) Equipamiento en servicios diversos de zonas de playa, entre otros: rampas, baños y otros accesos para personas con capacidades diferentes, equipo para depósito y recolección de basura, áreas de sombra, baños públicos, estacionamientos etc.
- 8) Ordenamiento y aplicación estricta de los planes parciales de desarrollo urbano para regular el mercado inmobiliario y no afectar los ecosistemas y el paisaje de las zonas de playa y de montaña.
- 9) Ampliar y mejorar la infraestructura de servicios de salud con esquemas de participación pública, privada o mixta en la perspectiva de atender a cerca del 35% de la población no derechohabiente.
- 10) Ampliación de la cobertura de servicios públicos domésticos como drenaje, agua y electricidad.
- 11) Incrementar la accesibilidad a servicios de internet mediante esquemas de prestación libre del servicio en lugares públicos y la ampliación de la oferta privada de servicio a casas habitación.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Recomendaciones para la planeación, la
movilidad y el ordenamiento territorial
de Puerto Vallarta

Octubre de 2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, LA MOVILIDAD Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL	2
RECOMENDACIONES SOBRE LA GESTIÓN Y GOBERNABILIDAD DE PUERTO VALLARTA- BAHÍA DE BANDERAS	5
LA GESTIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO	7
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	9

INTRODUCCIÓN

Se han hecho esfuerzos importantes en lo que respecta a la planeación, la movilidad y el ordenamiento territorial de Puerto Vallarta. Sin embargo, no es posible hablar de estos esfuerzos sin incluir en la discusión a Bahía de Banderas, ya que ambos municipios se pueden considerar como una zona metropolitana que comparten una vocación turística. Entre los esfuerzos más importantes destaca la formulación del Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana Inter-estatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas en el 2009, en el que se establecieron las bases legales de conurbación entre los dos estados (Jalisco y Nayarit). En el 2010, el congreso de Jalisco aprobó la celebración de convenios de coordinación y de asociación entre Puerto Vallarta y el municipio de Bahía de Banderas, con la intención de planear y regular de manera ordenada y sustentable el crecimiento de esta zona metropolitana. Entre los temas principales de este convenio destacan: la movilidad urbana, la seguridad pública, el cuidado de los recursos naturales, y el saneamiento e infraestructura urbana (Baños, Tovar y Muñoz, 2012).

En el 2012, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y los gobiernos de Jalisco y Nayarit formularon el plan maestro de desarrollo urbano y turístico de Bahía de Banderas. Este plan maestro tiene como principal objetivo el crear un sistema de gestión para incentivar el desarrollo integral de la zona, y así elevar la competitividad turística y la calidad de vida de los habitantes. Otro esfuerzo es el programa de ordenamiento de la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas elaborado por el Colegio de la Frontera Norte a solicitud de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), para contar con un instrumento normativo de ordenamiento territorial que considera aspectos como: vialidad y transporte, estudios y planes, promoción y desarrollo del producto turístico, equipamiento y desarrollo comunitario y los cambios institucionales y legales que fueran requeridos (Baños, Tovar y Muñoz, 2012).

En este documento se presentan 13 recomendaciones específicas sobre el tema de interés. Posteriormente, se presentan 3 recomendaciones sobre la forma en que Puerto Vallarta debe ser gestionada, y 3 recomendaciones sobre la gestión de la Secretaría de Turismo y como incide esto en la planeación, movilidad y ordenamiento territorial de Puerto Vallarta.

I. RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, LA MOVILIDAD Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL

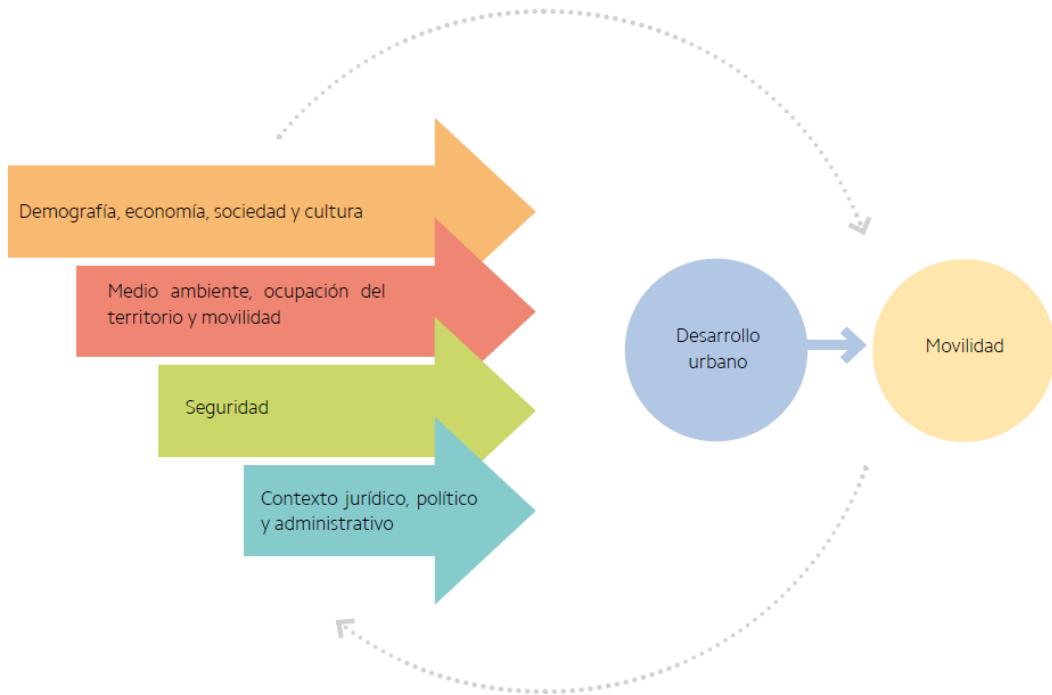
1. Que se reconozca en la legislación estatal los derechos y las obligaciones de todos aquellos que hacen uso de las vías de movilidad: peatones, ciclistas, motociclistas y usuarios de vehículos de cuatro ruedas. Además, se deben de generar proyectos que disminuyan la dependencia del vehículo privado y mejoren la calidad del transporte público.
2. Que los gobiernos estatales y municipales actualicen y modernicen sus marcos normativos actuales que establecen las disposiciones para la construcción y diseño de infraestructura para obra pública; de tal forma que se busque una movilidad integral. Esto debe de incluir que se establezca un porcentaje de infraestructura para movilidad que no sea para usuarios de transporte de cuatro ruedas, este aspecto debe de ser obligatorio en los planes de desarrollo de Puerto Vallarta.
3. Que a través de un enfoque multidisciplinario se revisen, mejoren o cambien las propuestas existentes en materia de movilidad sustentable para contribuir a renovar el marco jurídico sobre el transporte. Es de particular interés un diagnóstico adecuado sobre: la eficacia del transporte, la seguridad y comodidad de los usuarios y del conductor, el uso de tecnologías que disminuyan la contaminación que generan las unidades, sistemas de gestión del tiempo para mejorar la prestación del servicio, y tarifas accesibles.
4. Que se gestione la asignación de un porcentaje fijo en el presupuesto de egresos anual para invertir en aspectos relacionados con la movilidad. Además, es necesario que la Secretaría de Turismo de Jalisco proponga una partida para asegurar que los sistemas de transporte sean amigables para los turistas nacionales e internacionales que visitan Puerto Vallarta (e.g. información, señalización y mapas en más de un idioma).
5. Que se promueva una mayor participación ciudadana que permita construir un acuerdo social sobre la gestión sustentable del territorio y la movilidad de Puerto Vallarta. Particularmente, se sugiere la participación de prestadores de servicios turísticos e investigadores del sector turístico, para que emitan su opinión sobre la incorporación de la gestión turística en la gestión del territorio y la movilidad de la ciudad.

6. Que se apliquen los instrumentos normativos vigentes para que no siga el crecimiento irracional de Puerto Vallarta; esto puede contribuir a la conservación del patrimonio natural en lo particular.
7. Que en Puerto Vallarta se ejecuten, en base a los instrumentos normativos ya existentes, las acciones que establecen el ordenamiento ecológico local. Además, en caso de disputas entre los municipios de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, se sugiere que se realicen más estudios técnicos sobre la sustentabilidad ambiental del territorio y el ordenamiento ecológico.
8. Que se incremente el presupuesto público destinado al mejoramiento del espacio público accesible. Esto debe de incluir, por ejemplo, la mejora de los espacios peatonales y la eliminación de obstáculos; además de la mejora del estado de las banquetas para permitir el libre tránsito de personas con movilidad limitada. Estas medidas contribuirán a que la ciudad sea también un espacio turístico accesible y atractivo para los turistas.
9. Que se generen espacios públicos y áreas verdes. Además, se debe de tomar en cuenta que las viviendas estén ubicadas a una distancia relativamente corta de los espacios públicos, como los jardines y parques.
10. Que el uso de suelo contribuya a que los individuos puedan satisfacer sus necesidades (usos mixtos). Planificar para usos de suelo mixtos, con un óptimo balance entre vivienda, comercio, parques, espacios abiertos accesibles y servicios. Por ejemplo, que las viviendas estén cerca de los lugares de trabajo.
11. Que se invierta para transformar las colonias y se les dote de equipamientos comunitarios para fortalecer el tejido social y los usos mixtos del suelo, a través de la ejecución de los planes parciales de urbanización y planes de población de cada municipio. Esto puede contribuir al mejoramiento de la imagen urbana en general.
12. Que exista una mayor integración entre Puerto Vallarta y Bahía de Banderas en asuntos tales como: el agua, el manejo de los residuos sólidos, y el uso eficiente de la energía. Esto se puede hacer tomando en cuenta los planes parciales de desarrollo de los municipios.

13. Que en la planeación urbana exista una participación ciudadana real para el mejoramiento en la implementación efectiva de los proyectos y planes urbanos. El gobierno debe de identificar las demandas de la comunidad para que las iniciativas de planeación urbana sean realmente relevantes y suficientes para la comunidad.

Por ello, se recomienda un análisis integrador para la planeación, movilidad y ordenamiento territorial de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas que incluya el análisis de cuatro aspectos fundamentales: (1) demografía, economía, sociedad y cultura; (2) medio ambiente, ocupación del territorio y movilidad; (3) seguridad; y (4) contexto jurídico, político y administrativo (véase Figura 1) (Medina, Veloz, Iracheta e Iracheta, 2012). Las mejoras en la planeación urbana, la movilidad y el ordenamiento territorial, puede contribuir a tener una ciudad-región con mayor calidad de vida que contribuya a que los visitantes y turistas experimenten una estancia placentera en la ciudad.

Figura 1. Análisis integrador con eje en la movilidad y el desarrollo urbano



Fuente: Medina, Veloz, Iracheta e Iracheta, 2012:50.

II. RECOMENDACIONES SOBRE LA GESTIÓN Y GOBERNABILIDAD DE PUERTO VALLARTA- BAHÍA DE BANDERAS

Méjico no tiene leyes que busquen la asociación de municipios, y aunque se han creado instituciones metropolitanas, estas no parecen estar bien coordinadas. Existe un problema de poder político y de gestión de recursos económicos que genera disputas para gobernar los municipios, esto provoca que los municipios se vean como rivales y no como copartícipes en la búsqueda del bien común (Hernández y Ramírez, 2011).

Además, en las áreas metropolitanas, como Puerto Vallarta-Bahía de Banderas, existe una superposición de poderes en donde muchas acciones se empalman o generan efectos sobre lugares diferentes a los de su competencia (Chavoya y Rendón, 2010). Esto sucede, por ejemplo, cuando se analizan aspectos de movilidad y transporte público. Ya que muchos usuarios viven en un municipio, pero dependen del servicio de transporte de otro municipio porque su lugar de trabajo se encuentra alejado de su casa.

En el caso específico de la planeación urbana, uno de los problemas principales es que muchas veces se trata de una moda política y no de una necesidad social. Los gobiernos cambian sus intereses, no existe continuidad en las propuestas, ni congruencia de programas y manejo de recursos. Más aún, los actuales gobiernos no son capaces de anticiparse a los problemas, y por tanto, las soluciones llegan casi siempre tarde (Bazant, 2001). Es por ello que se recomienda:

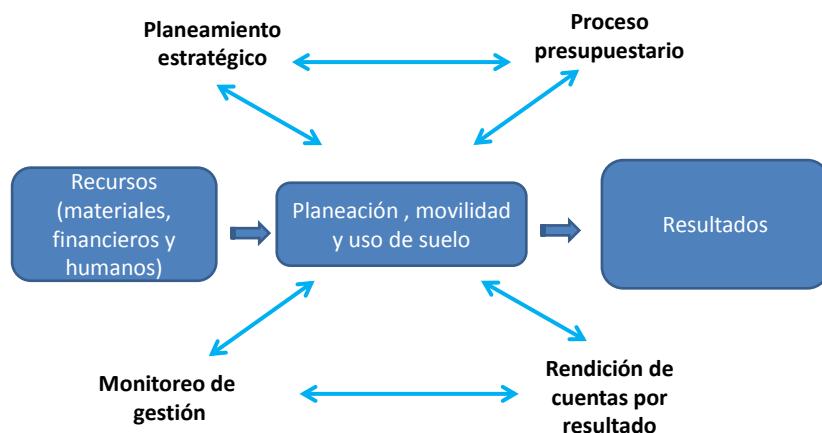
1. Que se aplique un enfoque integral de gestión en donde los municipios verdaderamente se asocien y trabajen en conjunto en busca de objetivos comunes, incluyendo los aspectos de movilidad y ordenamiento territorial entre otros.
2. Que la gestión de la ciudad y la gestión turística no se conceptualicen de forma independiente. Se recomienda entonces aplicar modelos de gobernabilidad que han sido exitosos en otros lugares, como el caso de:

Barcelona, España, en el que el modelo turístico es coherente con el modelo de ciudad, “la gestión de las actividades de turismo urbano no se pueden dissociar del marco conceptual y operativo de la gestión de la ciudad” (Plan de Barcelona, 2010:17).

3. Que se apliquen mecanismos de control, eficiencia, coordinación y colaboración de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas en el que los

municipios se asuman como promotores del desarrollo turístico (Chavoya y Rendón, 2010). Se sugiere hacer uso de un modelo de gestión por resultados. Este modelo propone que la administración de los recursos públicos se centre en el cumplimiento de las acciones estratégicas definidas en el plan de gobierno, en un periodo de tiempo determinado (véase Figura 2) (Makón, 2000).

Figura 2. Modelo de gestión por resultados en los organismos de la administración pública nacional.



Fuente: Adaptado de Makón, 2000:4.

En síntesis, se recomienda que los gobiernos de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas cumplan con,

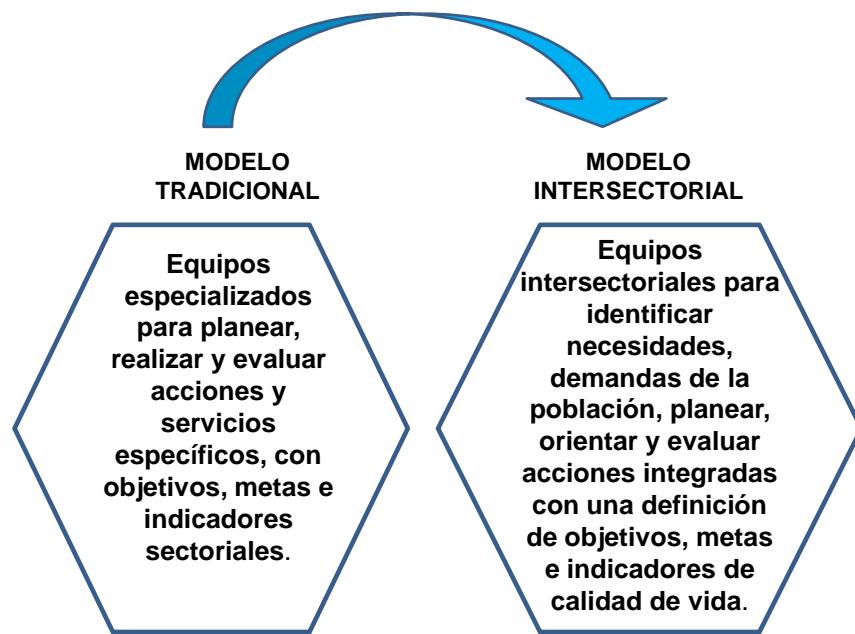
4. Las funciones y competencias que legalmente le corresponden, representar a la ciudadanía, administrar los recursos públicos, alentar la participación ciudadana y ejercer el gobierno democráticamente; tarea que se torna sumamente compleja con la integración urbana y/o funcional de dos o más jurisdicciones. De aquí que la gobernabilidad y la gestión administrativa de las áreas metropolitanas formen parte del desafío que se presenta en las sociedades urbanas actuales (Chavoya y Rendón, 2010:10).

III. LA GESTIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO

La Ley General de Turismo (Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, 2009) explícitamente reconoce que la actividad turística es transversal y que se necesita de coordinación con otras dependencias y entidades para el desarrollo del turismo sustentable en diversos aspectos, tales como el ordenamiento turístico del territorio, y las declaratorias de zonas de desarrollo turístico sustentable, entre otros aspectos. Sin embargo, se recomienda a la Secretaría de Turismo (SECTUR),

1. Que incorpore de manera efectiva estrategias de intersectorialidad en la planificación de sus políticas, pero también es necesario que la que está se aplique en la ejecución de esas estrategias. Entonces, se sugiere revisar la organización del trabajo de la SECTUR para el uso adecuado de equipos intersectoriales que contribuyan a mejorar su gestión (véase Figura 3).

Figura 3. Modelo de transición de la organización de trabajo de un modelo tradicional a un modelo en busca de la intersectorialidad.



Fuente: Adaptado de Cunill, 2005:14.

2. Que evalúe su gestión, ya que, por ejemplo, en el 2010 la Auditoría superior de la Federación realizó una auditoría a la SECTUR en la que se verificó que la SECTUR incumplió al no haber formulado las reglas y procedimientos para establecer el ordenamiento turístico del territorio. El ordenamiento turístico del territorio se considera un instrumento fundamental de la política turística bajo el enfoque social y ambiental, cuya finalidad es conocer el uso de suelo y las actividades productivas que se realizan en él, con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos en todo el país. (Auditoría Superior de la Federación, 2010).
3. Que la SECTUR utilice una parte de los recursos del fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo (SECTUR-CONACYT), para que se genere conocimiento que ayude a reforzar las capacidades de gestión de la SECTUR. Esto contribuirá para tener una secretaría fuerte, que pueda trabajar eficientemente en la intersectorialidad, y que consiga en el mediano plazo hacer de México un destino competitivo a nivel mundial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Auditoria Superior de la Federación (2010). Informe del resultado de la fiscalización superior de la cuenta pública. Auditoría realizada a la secretaría de turismo, en: planeación, regulación y desarrollo de la sustentabilidad turística. Auditoria de desempeño: 10-0-21100-07-0084. DE-218. Recuperado de:
http://www.asf.gob.mx/Trans/Informes/IR2010i/Grupos/Desarrollo_Economico/2010_0084_a.pdf
- Bazant, J. (2001). Lineamientos para el ordenamiento territorial de las periferias urbanas de la ciudad de México. *Papeles de Población*, 27, 223-239.
- Cámara de diputados del congreso de la unión (2009). Ley general de turismo. Recuperado de:
http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14944/LEY_GENE_RAL_DE_TURISMO.pdf
- Chavoya, J.I. y Rendón, H.J. (2010). Áreas metropolitanas, competencias, capacidades y procesos, hacia una gobernabilidad y gobernanza eficaz; La Bahía de banderas, México. Documento presentado en el VI Congreso Internacional Ciudad y Territorio Virtual organizado por la Universidad Autónoma de Baja California y el Centro de Política de Suelo y valoraciones de la Universidad Politécnica de Cataluña. Recuperado de:
http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/12826/1/05_Chavoya_Jorge
- Cunill, N. (2005). La intersectorialidad en el gobierno y gestión de la política social. Documento presentado en el X congreso internacional del CLAD sobre la reforma del estado y de la administración pública de Santiago de Chile.
- Hernández, E. y Ramírez, A. (2011). El débil cimiento legal de las políticas y el estado en la zona metropolitana de Guadalajara. Debates actuales. En E. Hernández y J.B. Chapa (Eds.). *Transformaciones recientes en la zona metropolitana de Guadalajara. Economía, gobierno y resistencia social*. Universidad de Guadalajara.
- Makón, M.P. (2000). El modelo de gestión por resultados en los organismos de la administración pública nacional. Documento presentado como ponencia en el V congreso internacional del CLAD sobre la reforma del estado y la administración pública. República Dominicana.
- Medina, S., Veloz, J., Iracheta, A. e Iracheta, J. (2012). *Planes integrales de movilidad. Lineamientos para una movilidad urbana sustentable*. Instituto de políticas para el transporte y el desarrollo de México. México, D.F.
- Serra J. (2010). Síntesis del plan estratégico de turismo de la ciudad de Barcelona, 2015. Documento presentado en el XV congreso AECIT-CANARIAS. Dinámicas de transformación del turismo en el S. XXI. España.



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Propuesta de Mejora Regulatoria para
Puerto Vallarta

Octubre de 2013

PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA

1. Fideicomiso de Turismo

El Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta necesita un marco regulatorio adecuado a las nuevas circunstancias.

El Gobierno de Jalisco destina el 75% de los recursos generados por el impuesto sobre hospedaje (ISH) sólo a la promoción turística de los destinos. El restante 25% de los recursos captados se destina a los Ayuntamientos involucrados, para emplearlo en obras de equipamiento urbano con fines turísticos.

La falta de campañas publicitarias se debe al bajo interés en la asignación de recursos financieros, por lo que se requiere de estrategias de comercialización junto con la creación de alianzas estratégicas con operadoras mayoristas y otros empresarios, para lograr hacer competitivos a los destinos.

Aunado a lo antes mencionado, no se mide el impacto del recurso empleado en campañas publicitarias y no existe un debido seguimiento.

Propuesta

Se propone destinar un porcentaje de los recursos de cada uno de los tres fideicomisos para los siguientes rubros:

- i. Fomentar la investigación en el sector turístico local.
- ii. Llevar a cabo el monitoreo de las campañas publicitarias y medir su impacto real.
- iii. Colaborar con la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL), la SECTUR y los ayuntamientos locales, para ejecutar proyectos de desarrollo turístico de alto impacto.

2. Centros Históricos

Marco jurídico

Reglamento del plan parcial de desarrollo urbano:

TÍTULO SEGUNDO. Del Aprovechamiento de Predios y Fincas

Capítulo I De los Usos de Suelo

Artículo 11. 1. Tratándose de solicitudes para el uso y cambio de uso del suelo que correspondan a edificaciones existentes:

4. El uso o giro por establecerse, debe cumplir con las adaptaciones necesarias para el buen funcionamiento de la actividad promocionada, debiendo obtener la licencia de construcción cuando corresponda de la Secretaría de Obras Públicas. (Esta reforma fue aprobada en sesión ordinaria del Ayuntamiento celebrada el 16 de agosto de 2011 y publicada el 26 de agosto de 2011).

5. En las fincas de valor cultural o patrimonial, se pueden realizar obras de restauración y rehabilitación, siempre y cuando se ajusten a los niveles de intervención previstos en los ordenamientos en la materia.

6. Para el otorgamiento de la Licencia de Operación o Giro, en una edificación existente, se debe cumplir con el otorgamiento de los cajones de estacionamiento, dentro del predio o edificación, que para el tipo de actividad específica señale el presente reglamento, en la inteligencia de que cuando exista la imposibilidad de otorgarlos en sitio, pueden substituirse de la siguiente forma: (Esta reforma fue aprobada en sesión ordinaria del Ayuntamiento celebrada el 16 de agosto de 2011 y publicada el 26 de agosto de 2011)

I. Otorgándolos en un predio que se localice a una distancia no mayor de 150 mts, de la finca en cuestión, dicho predio debe ser propiedad de la misma persona física o moral que sea propietaria de la finca a aprovechar, o mediante contrato.

7. Como un estímulo para el aprovechamiento de las fincas de valor cultural y patrimonial debidamente catalogadas, éstas están exentas del cumplimiento de la norma de cajones de estacionamiento, cuando así lo estipule a través de su dictamen el Comité de Dictaminación del Centro Histórico y Barrios Tradicionales

Propuesta

Con el objeto de facilitar la edificación de establecimientos de hospedaje o aprovechamiento de las fincas existentes para dicho fin dentro del centro histórico, y de disminuir las exigencias de espacios para cajones de estacionamientos, se propone la creación de un artículo dentro del TÍTULO SEGUNDO, Capítulo I del reglamento del plan parcial de desarrollo urbano en el que se señale: la exención de las exigencias de cajones de estacionamiento en la edificación, o aprovechamiento para fines de establecimientos de hospedaje de cualquier finca,

no sólo las catalogadas con valor cultural y patrimonial que se encuentren dentro del centro histórico.

Con dicha modificación al reglamento, se contribuiría al mejoramiento y a la dinámica económica del centro histórico por medio de la eliminación de una de las restricciones para el desarrollo de servicios de hospedaje.

3. Impuesto al hospedaje

De acuerdo con la Ley de Hacienda del Estado de Jalisco, en específico, en el artículo 53. Del impuesto sobre hospedaje, se establece como su objeto, el ingreso por la prestación de servicios de hospedaje, en las edificaciones regidas por la modalidad de uso en tiempo compartido, hoteles, moteles, campamentos y paraderos de casas rodantes, en inmuebles ubicados en el estado de Jalisco.

La tarifa que para tal efecto señala la Ley de Ingresos del Estado de Jalisco 2013 en su artículo 12, corresponde a la tasa del 3.0%.

Propuesta

Ante la falta de transparencia por parte de los ayuntamientos en el manejo de los recursos obtenidos en el impuesto hotelero, se propone la creación de fideicomisos municipales en los que tengan injerencia varios sectores de la actividad turística, para que por medio de éstos, el gobierno estatal pueda recaudar y hacerse cargo de la destinación de dicho impuesto, procurando la transparencia, y mejor distribución de la tasa del 3.0%, no solo para fines de promoción y difusión de la actividad turística, sino también, para la elaboración de estudios y proyectos que impulsen el desarrollo entre los destinos que lo requieran.

4. Tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias nacionales.

Ley del impuesto al valor agregado, capítulo VI De la Exportación de bienes o servicios, Artículo 29. Las empresas residentes en el país calcularán el impuesto aplicando la tasa del 0% al valor de la enajenación de bienes o prestación de servicios, cuando unos u otros se exporten. Fracción VII. La prestación de servicios de hotelería y conexos realizados por empresas hoteleras a turistas extranjeros que ingresen al país para participar exclusivamente en congresos, convenciones, exposiciones o ferias a celebrarse en México, siempre que dichos extranjeros les exhiban el documento migratorio que acredite dicha calidad en los

términos de la Ley General de Población, paguen los servicios de referencia mediante tarjeta de crédito expedida en el extranjero y la contratación de los servicios de hotelería y conexos se hubiera realizado por los organizadores del evento. Y las Reglas 5.6.5, 5.6.6. y 5.6. De la Resolución para la Miscelánea Fiscal 2005 publicada en el Diario oficial de la Federación.

Propuesta

La tasa cero fue creada como un estímulo económico a las asociaciones y personas provenientes del extranjero, con la finalidad de atraer congresos y convenciones internacionales.

Si bien, se cree que con esta acción se incrementará el número de eventos internacionales y que se contribuirá al fortalecimiento del segmento de turismo de reuniones, es importante resaltar que si una Asociación internacional contrata a un OPC Mexicano para que en su representación organice su evento, o si un OPC Mexicano logra atraer un congreso a nuestro país, en rigor la tasa cero no puede aplicarse, creando una decepción en el contratante extranjero por no poder gozar del beneficio fiscal y en adelante, la pérdida de competitividad de nuestras empresas organizadoras de eventos.

Por otra parte, los beneficios económicos esperados por la realización de eventos organizados por asociaciones o personas provenientes del extranjero, no son realmente los esperados ya que la mayor parte de los recursos generados por el evento se extraerán del país, ya sea por parte de la empresa, por la asociación organizadora o por los hoteles de cadenas extranjeras. Desde luego se genera empleo y hay consumo en el destino elegido, pero el beneficio para el país no es de la misma magnitud que cuando las empresas mexicanas intervienen en toda la organización y logística.

En virtud de lo antes mencionado, se propone la aplicación de la tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias, al efectuarse tanto por organizadores de eventos nacionales como extranjeros, esto con el fin de no situar en una posición de desventaja a las empresas nacionales de este segmento y contribuir a su crecimiento competitivo.



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

**PORAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA PUERTO
VALLARTA**



Octubre de 2013



PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

“El éxito del turismo deberá ser consecuencia del éxito urbano de la ciudad, en cuanto a ordenamiento, limpieza y seguridad”

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Teleférico “Vallarta” (Ficha 1)	Instalación de un sistema de teleférico en el centro de Puerto Vallarta	Desde la parte alta de la Sierra, hasta terminar en la Isla del río Cuale	Turístico	Nacional y extranjero	Puerto Vallarta cuenta con el paisaje natural y urbano para ser aprovechado	Pérdida de competitividad turística de Puerto Vallarta en el escenario internacional	i. Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto ii. Presentar un proyecto ejecutivo iii. Socializar el proyecto iv. Buscar fuentes de financiamiento v. Ejecución del proyecto	1) Diversificar la oferta de atractivos turísticos en Puerto Vallarta 2) Ofertar un atractivo paisajístico de gran impacto turístico 3) Reactivar una parte de la Isla del río Cuale que se encuentra deprimida económicamente	• Gobierno del Estado de Jalisco • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta • FONATUR • SECTUR • SECTURJAL • Iniciativa privada	100 millones de pesos



PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta (Ficha 2)	Programa de rehabilitación integral del Centro Histórico de Puerto Vallarta o "Vallarta Viejo"	Centro Histórico de Puerto Vallarta	Turístico – Urbano	Local, nacional y extranjero	El rescate del Centro Histórico es imprescindible para mejorar la competitividad de Puerto Vallarta	El deterioro de la imagen como "Pueblo con mar" que tenía el Centro Histórico de Puerto Vallarta	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Ejecución del proyecto	1) Rescatar la imagen urbana tradicional del Centro Histórico de Puerto Vallarta 2) Reposicionar el Centro Histórico de Puerto Vallarta como el principal atractivo turístico del destino 3) Rehabilitar la imagen de la calle Juárez, cercana al malecón	• Gobierno del estado de Jalisco • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta • FONATUR • SECTUR • SECTURJAL • INAH	500 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Transporte Troncal de Calidad Turística (Ficha 3)	Proyecto alternativo de movilidad en vistas de la reducción de tráfico de vehículos, con el fin de fomentar el paso seguro de peatones y la reactivación económica de la zona centro.	Centro Histórico de Puerto Vallarta	Urbano – Turístico	Local, nacional y extranjero	Es necesaria la implementación de un modelo de transporte alternativo, como por ejemplo el tranvía	Excesiva carga de vehículos particulares y de transporte público en el Centro Histórico de Puerto Vallarta Contaminación auditiva Pérdida de competitividad del destino	i. Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto ii. Presentar un proyecto ejecutivo iii. Socializar el proyecto iv. Buscar fuentes de financiamiento v. Ejecución del proyecto	1) Mejorar la movilidad en el Centro Histórico de Puerto Vallarta. 2) Mejorar el sistema de transporte público, tanto para residentes, como para turistas. 3) Aumentar la competitividad del destino.	• Gobierno de Jalisco • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • FONATUR • SCT • SECTUR • SECTURJAL • Transportistas de Puerto Vallarta	4,000 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes (Ficha 4)	Desarrollo turístico de bajo impacto en el sur de la Bahía de Banderas (municipio de Cabo Corrientes)	Sur de la Bahía de Banderas, correspondiente al municipio de Cabo Corrientes	Turístico	Nacional y extranjero	Existen proyectos aislados de esta naturaleza; falta una articulación de estos y poner en marcha un plan estratégico	Falta de aprovechamiento de atractivos turísticos alternos a sol y playa Baja competitividad del destino Agotamiento del modelo de turismo masivo	i. Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto (social y económica) ii. Presentar un proyecto ejecutivo iii. Socializar el proyecto iv. Buscar fuentes de financiamiento. v. Ejecución del proyecto	1) Mejorar la competitividad integral del destino 2) Ofrecer un producto turístico alterno, basado en los principios de desarrollo turístico sustentable	• SECTURJAL • SECTUR • FONATUR • Pobladores locales • Inversionistas	400 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Transformación del Barrio "Gringo Gulch" (Ficha 5)	Posicionar el Gringo Gulch como un producto turístico mediante la instalación de un museo de sitio en la casa Kimberley, así como un fomento de negocios como cafés, galerías y un espacio para actividades artísticas	Barrio "Gringo Gulch" en Puerto Vallarta	Turístico	Nacional y extranjero	El espacio tiene una traza urbana bien conservada, además de estar conectada a la isla del río Cuale	Poca diversificación de productos turísticos	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Hacer un plan de negocios iii. Socializar el proyecto iv. Buscar inversionistas v. Ejecución del proyecto	1) Diversificar la oferta turística 2) Atraer nuevos mercados con mayor poder adquisitivo a Puerto Vallarta	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTUR • SECTURJAL • Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta • Inversionistas • Residentes del lugar	10 millones de pesos
Parque Ecológico "El Salado" (Ficha 6)	Crear un parque ecológico en el Estero "El Salado"	Área Natural Protegida Estero "El Salado"	Ambiental – Turístico	Local, nacional y extranjero	Se cuenta con el decreto de ANP, se tiene una extensión bien delimitada de terreno, además se cuenta con recursos humanos	Poca diversificación de productos turísticos Falta de auto-financiamiento del ANP	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Socializar el proyecto iii. Buscar fuentes de financiamiento iv. Ejecución del proyecto	1) Diversificar la oferta turística 2) Atraer nuevos mercados, en este caso de turismo alternativo	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta • ANP "Estero El Salado" • Universidad de Guadalajara (Centro Universitario de la Costa) • Gobierno de Jalisco (SEMADET)	6 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas de Puerto Vallarta (Ficha 7)	Se propone la edificación y puesta en marcha de un complejo que albergue un Acuario y un Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas en Puerto Vallarta	Por definir	Turístico – Científico	Local, nacional y extranjero	No existe este tipo de complejos (integral) en otro destino de playa en México.	Poca diversificación de productos turísticos en Puerto Vallarta	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Realizar la evaluación social y económica del proyecto iii. Socializar el proyecto iv. Buscar fuentes de financiamiento v. Ejecución del proyecto	1) Diversificar la oferta turística 2) Atraer nuevos mercados de turismo alternativo 3) Generar productos turísticos enfocados a un segmento de mayores ingresos 4) Innovar nuevos productos en destinos de Sol y Playa	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta • Universidad de Guadalajara • CONACYT • FONATUR • SECTUR • SECTURJAL • Gobierno de Jalisco	300 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Plaza del Mar *	Instalación de un Mercado del Mar para venta de productos del mar de la Región, se albergarán puestos de almacenamiento o de venta al por mayor y se crearán restaurantes. La construcción se alinearán a la normatividad de la imagen urbana que se exige en Puerto Vallarta.	Parque Hidalgo, Puerto Vallarta	Turístico Urbano	Local y nacional	Promoción de los productos del mar de la región y dignificación de los servicios comerciales para los servidores turísticos y habitantes.	N/A	<ul style="list-style-type: none"> i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Elaborar el plan de negocios iii. Buscar fuentes de financiamiento iv. Ejecución del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Contar con un mercado del mar en el destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • Iniciativa privada 	26 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Museo Arqueológico - Natural Isla Cuale *	<p>Construcción de un Museo al aire libre, instalación de pequeñas construcciones artesanales que alberguen objetos originales y reproducciones históricas de actividades de la zona.</p> <p>Se contará con fauna originaria libre, piezas arqueológicas, habrá talleres infantiles artesanales y culturales</p>	Isla del río Cuale	Turístico	Local, nacional y extranjero	<p>Se responderá a las demandas ciudadanas y organizaciones medioambientales acerca del deterioro causado al patrimonio natural y público de la Isla Cuale.</p> <p>Habrá restructuración ecológica, difusión cultural y medioambiental.</p>	N/A	<ol style="list-style-type: none"> Presentar un proyecto ejecutivo Realizar la evaluación social y económica del proyecto Buscar fuentes de financiamiento Ejecución del proyecto 	1) Revitalizar la Isla del río Cuale	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL • SECTUR • INAH • Universidad de Guadalajara 	17 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas * (Bienal Escultórica Vallarta)	Ubicación de un Anfiteatro para la contemplación paisajística, eventos musicales y cívicos. Se instalarán temporalmente muestras de esculturas de nivel internacional. Además se pretende recuperar la ZFMT del ambulantaje y comercio visual.	Parque Lázaro Cárdenas	Turístico Cultural	Local, nacional y extranjero	Se requiere la recuperación del espacio público que contribuyan a la conservación e incremento de la actividad turística.	N/A	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Buscar fuentes de financiamiento iii. Ejecución del proyecto	1) Contar con un espacio cultural en la zona turística	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL • SECTUR • Inversionistas • CONACULTA	34 millones de pesos
Rehabilitación de la imagen del Blvd.. Francisco Medina Ascencio*	Mejorar el aspecto visual del Blvd. Francisco Medina Ascencio, entre la zona hotelera y el Centro Histórico	Blvd. Francisco Medina Ascencio	Urbano – turístico	Local, nacional y extranjero	N/D	Imagen urbana degradada	i. Presentar un proyecto ejecutivo ii. Buscar fuentes de financiamiento iii. Ejecución del proyecto	1) Contar con un espacio cultural en la zona turística	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL • SECTUR • Inversionistas	30 millones de pesos

* Proyectos presentados en el Programa de Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta (FONATUR, 2011).



PORAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: PUERTO VALLARTA

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO: PUERTO VALLARTA

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Teleférico "Vallarta"	Alto	Alto	Medio	Alto	50% FONATUR 50% Privado Alto	Alto	28	1
Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta	Medio	Medio	Alta	Alto	80% Público 20% Privado Alto	Alto	26	4
Tranvía "Vallarta"	Medio	Medio	Medio	Alto	50% Público 50% Privado Alto	Alto	24	5
Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes	Medio	Alto	Alto	Alto	50% Público 50% Privado Medio	Alto	28	3
Transformación del Barrio "Gringo Gulch"	Medio	Alto	Medio	Medio	50% Público 50% Privado Medio	Medio	20	6
Parque Ecológico "El Salado"	Medio	Medio	Alto	Medio	100% Público Medio	Bajo	18	8

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO: PUERTO VALLARTA

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas de Puerto Vallarta	Medio	Alto	Alto	Alto	50% Público 50% Privado Alto	Alto	28	2
Plaza del Mar *	Medio	Medio	Medio	Bajo	50% Público 50% Privado Bajo	Bajo	12	10
Museo Arqueológico - Natural Isla Cuale *	Medio	Medio	Medio	Medio	50% Público 50% Privado Alto	Bajo	18	9
Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas * (Bienal Escultórica Vallarta)	Bajo	Medio	Medio	Bajo	100% Público Medio	Bajo	12	11
Rehabilitación de la imagen del Blvd. Francisco Medina Ascencio *	Bajo	Medio	Medio	Alto	50% Público 50% Privado Medio	Alto	20	7

ÍNDICE DE FICHAS POR PROYECTO

Proyecto: <i>Teleférico “Vallarta”</i>	1
Proyecto: <i>Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta</i>	3
Proyecto: <i>Transporte Troncal de Calidad Turística</i>	7
Proyecto: <i>Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes</i>	11
Proyecto: <i>Transformación del Barrio «Gringo Gulch»</i>	15
Proyecto: <i>Parque Ecológico “El Salado”</i>	17
Proyecto: <i>Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas</i>	20

Ficha Técnica 1

Proyecto: *Teleférico “Vallarta”*

I. ANTECEDENTES

- Puerto Vallarta se encuentra en un área geográfica privilegiada, entre la Sierra Madre Occidental y la Bahía de Banderas, lo cual le otorga un activo paisajístico que no ha sido bien aprovechado.
- La creación de nuevos atractivos en el destino puede propiciar el reposicionamiento de éste en el mercado turístico internacional.

II. PROPUESTA

- ❖ Establecer una línea de Teleférico que permita la observación de la imagen urbana tradicional del puerto, así como una panorámica de la Bahía de Banderas.
- ❖ Trazar esta línea con un trayecto que parte de la Isla del Río Cuale con dirección a la cima del Cerro, en la colonia del mismo nombre.
- ❖ Construir torres de cableado para el teleférico con una imagen de bajo impacto visual, así como un diseño orgánico que se mimetice con el espacio que lo rodea.
- ❖ Construir un mirador en la parte superior del cerro, que permita obtener una visualización completa de la Bahía de Banderas y el Centro Histórico de Puerto Vallarta.



- ❖ Implementar áreas verdes en los costados del mirador con el fin de evitar la urbanización en pendientes no recomendadas y proporcionar un atractivo paisajístico a la zona.
- ❖ Crear accesos universales como escalinatas y rampas hacia el cerro, de tal forma que el peatón pueda ascender y descender de forma segura.

III. PRESUPUESTO

- Se contempla un presupuesto aproximado de 100 millones de pesos para la ejecución de este proyecto.
- Dicha cantidad podría ser financiada por las distintas instancias en materia de turismo, así como por parte de inversionistas, pues la obra puede ser concesionada a un particular.



Ficha Técnica 2

Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta*

I. ANTECEDENTES

- Los centros históricos de los destinos turísticos son un punto de visita obligado para los turistas.
- El rescate de los centros históricos significa la conservación del patrimonio histórico de los destinos, y a su vez son se convierten en uno de los principales activos turísticos.
- La rehabilitación de los centros históricos en los destinos con vocación turística mejora la competitividad de los destinos, aumenta la plusvalía del lugar, contribuye al ordenamiento y detona la economía local.
- Como ejemplo, se menciona el reciente anuncio de la rehabilitación del Centro Histórico del puerto de Veracruz; cuya inversión inicial es de 50 millones de pesos.
- El Centro Histórico de Puerto Vallarta fue reconocido por su peculiaridad: casas con techos de lámina a dos aguas, es decir, un pueblo típico mexicano con mar.



II. PROPUESTA

- ❖ Crear un programa integral de rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta.
- ❖ Se propone la restauración de fachadas. Retirar tanto estructuras metálicas, como anuncios fuera de norma. Además de pintar fachadas con los colores permitidos, por ejemplo colores arena.
- ❖ Rescatar y restaurar las fincas que forman parte del patrimonio histórico de Puerto Vallarta.
- ❖ Establecer una imagen urbana libre de contaminantes visuales.
- ❖ Fomentar el incremento de áreas verdes en las calles, jardineras en donde el espacio lo permita, además de algunos árboles de talla chica o palmas.
- ❖ Adecuación de infraestructuras mediante la instalación de cableado subterráneo.





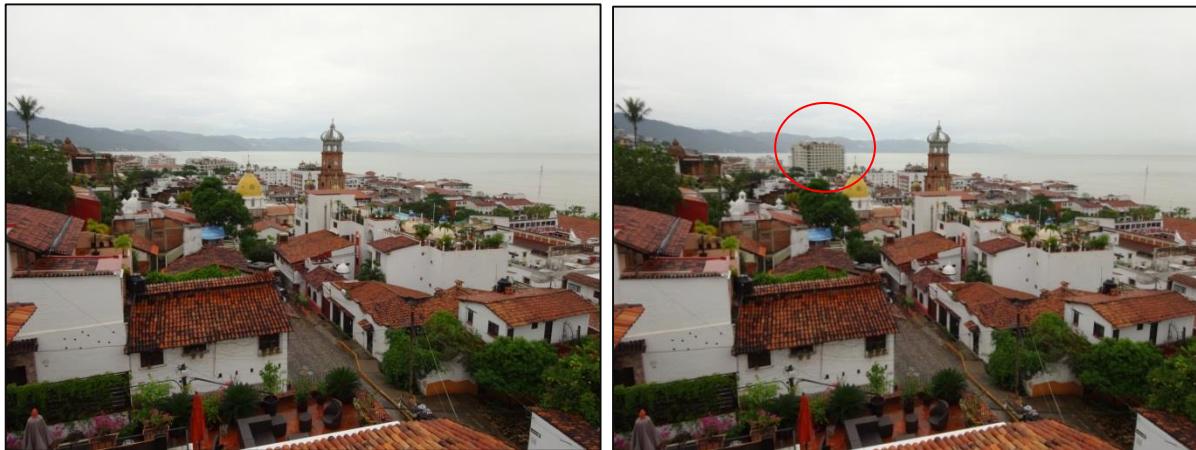
- ❖ Implementar mobiliario urbano adecuado para la zona con valor patrimonial, así como luminarias (farolas), bancas y basureros de herrería.
- ❖ Colocar señalética propia del área (en español y en inglés), para una comunicación de las tradiciones y la cultura, que repercutirá en la promoción de la imagen hacia el exterior.
- ❖ Ampliar las banquetas al mismo nivel de la calle, en donde sea posible realizarlo, con el fin de darle prioridad al peatón e ir desalentando el uso del automóvil, de tal forma que el transeúnte pueda desplazarse de una forma más holgada y apreciar el entorno.



- ❖ Controlar y hacer respetar la reglamentación en cuanto a las alturas permitidas en el Centro Histórico de Puerto Vallarta, tanto para las construcciones nuevas como para las ya edificadas, ya que las modificaciones significativas repercuten en la imagen que se ha vendido en



el exterior por años, un ejemplo de lo antes dicho es el *Hotel Venetian*, que supera con 7 pisos la altura permitida por el reglamento.



III. INVERSIÓN

- El costo de inversión aproximado para este proyecto es de 500 millones.
- Esta cantidad está proyectada para ser ejercida en un periodo de 5 años, es decir, del año 2014 al 2018. Un promedio de 100 millones por año.
- Dicha cantidad tendría que ser asumida no sólo por el sector público, sino también por los distintos actores beneficiados.

Ficha Técnica 3

Proyecto: *Transporte Troncal de Calidad Turística*

I. ANTECEDENTES

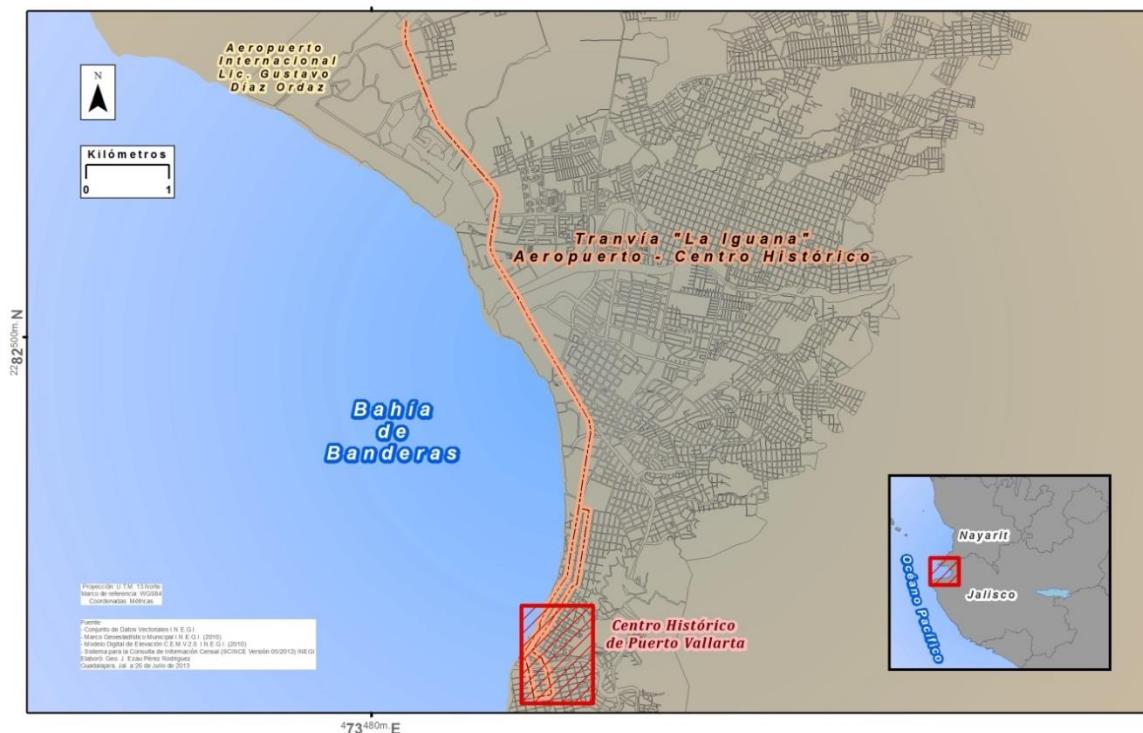
- Puerto Vallarta experimenta graves problemas de movilidad ocasionados por el congestionamiento vial de automotores, así como las deficiencias en el transporte público.
- Por el Centro Histórico de Puerto Vallarta circulan el 80 por ciento de las rutas de transporte de la ciudad. Esto ocasiona problemas de imagen urbana, degradación del Centro Histórico y problemas de tránsito para los peatones.
- El tranvía representa una alternativa de transporte adecuada para Puerto Vallarta y su Centro Histórico.

II. PROPUESTA

- ❖ Establecer una línea de Transporte Troncal LRT que permita la compatibilidad con otros medios de transporte sin necesidad de construir estructuras aéreas o subterráneas que eleven el costo.



- ❖ Trazar esta línea con el trayecto que parte desde el Aeropuerto, siguiendo el Boulevard Francisco Medina Ascencio, pasando por Marina Vallarta, continúa hacia el Centro Histórico, entra por la calle Morelos en línea recta hasta llegar a la calle Basilio Badillo, que será el punto del otro extremo, de ahí retorna por la calle Insurgentes – Libertad, continúa por Juárez – Colombia, de nuevo en línea recta para retomar el boulevard Francisco Medina Ascencio, por la calle Brasilia, rumbo al punto de inicio.



- ❖ Implementar áreas verdes en el trayecto de la línea, césped en los carriles, algunas jardineras en donde el espacio lo permita, además algunos árboles de talla chica o palmas que hagan la función de bolardos y dividir los carriles y la vía exclusiva para bicicletas.
- ❖ Crear una vía exclusiva para bicicletas anexa, en donde permita diferenciar con un trazado, los límites de los carriles correspondientes, la textura puede cambiar para una circulación más segura y estable para los usuarios.
- ❖ Diseñar banquetas más amplias al mismo nivel de la calle, en donde sea posible, de tal forma que el transeúnte pueda desplazarse de una forma más holgada y apreciar el entorno. Además, este diseño impulsará estas vialidades como corredores comerciales con vistas a reactivar la economía del lugar.

- ❖ Permitir como mínimo un carril para los automóviles en este trayecto, (al nivel de los carriles y la banqueta), incrementándose a dos cuando sea posible.
- ❖ Diseñar estaciones, pequeñas y poco invasivas, con diseños orgánicos minimalistas y materiales tradicionales, se recomienda hierro forjado.
- ❖ Implementar un sistema de tarjeta de prepago con opción a recarga, que puede ser promovido por los hoteleros a sus huéspedes dentro de las promociones *all-inclusive*.

III. INVERSIÓN

- La distancia total del trayecto es de aproximadamente 10 kilómetros. El costo por kilómetro es de 30 millones de dólares, por lo que el costo total asciende a 4,000 millones de pesos.
- La inversión tendría participación de los transportistas de Puerto Vallarta y las distintas instancias de gobierno mencionadas.
- El sistema de tranvía ha demostrado ser la mejor inversión a largo plazo en cuanto a sistemas de transporte en Latinoamérica.

Ficha Técnica 4

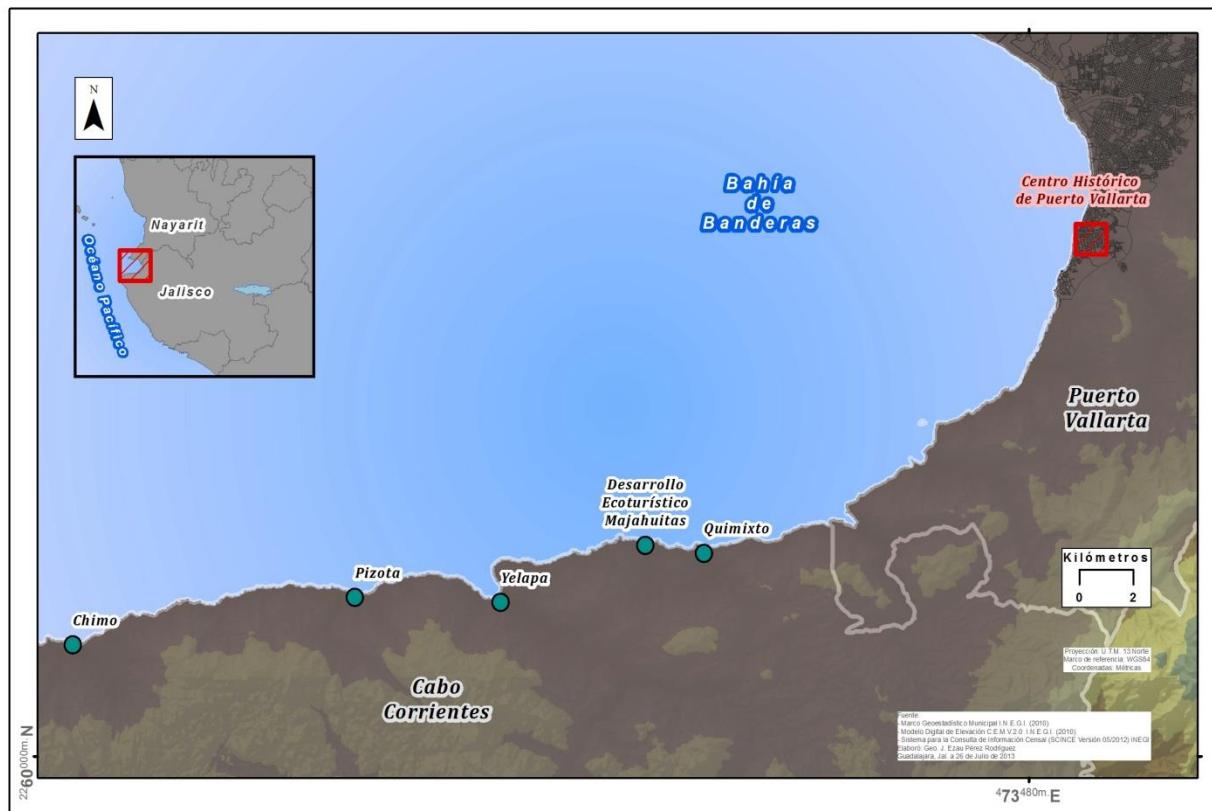
Proyecto: **Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes**

I. ANTECEDENTES

- El modelo turístico de sol de playa de bajo impacto se presenta actualmente como una alternativa ante el agotado modelo de turismo masivo. Los complejos turísticos de bajo impacto, con hoteles pequeños y prácticas sustentables, atraen nichos de mercado con mayor nivel socio-económico y de derrama económica.
- De forma incipiente, en el sur de la Bahía de Banderas se han desarrollado complejos turísticos aislados de bajo impacto; entre ellos, Majahuitas, Quimixto, Mayto, por mencionar algunas.

II. PROPUESTA

- ❖ Retomar la *Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del corredor ecológico denominado Costalegre, en el estado de Jalisco*; específicamente en el litoral del sur de la Bahía de Banderas, correspondiente al municipio de Cabo Corrientes, a fin de detonar el desarrollo turístico de baja densidad en la zona.
- ❖ Ofrecer un producto alternativo al desarrollo turístico que experimenta el destino de Puerto Vallarta, con el objetivo de diversificar la oferta de atractivos y atraer a nuevos mercados y sectores de población.
- ❖ El corredor integraría las playas de Quimixto, Yelapa, Pizota y Chimo, sólo por mencionar algunas.



- ❖ Integrar a las comunidades locales para que participen activamente en la prestación de servicios turísticos; el objetivo principal es que la población reciba beneficios directos derivados de esta actividad económica.



- ❖ Implementar la infraestructura adecuada para otorgar servicios de hospedaje que vayan acorde al contexto natural y cultural de la zona; se propone la edificación de cabañas construidas con materiales que no perjudiquen el ciclo natural del medio y que además, se integren a la dinámica local.
- ❖ Gestionar la implementación de un sistema eléctrico basado en la energía solar y eólica. Fomentar el aprovechamiento sustentable de los recursos hídricos que se emplean en los establecimientos de hospedaje así como el uso exclusivo de productos biodegradables.
- ❖ Realizar actividades relacionadas con el ecoturismo, entre ellas: senderismo, cabalgata, avistamiento de aves, observación de flora y fauna, etc.

- ❖ Constituir un Comité de Turismo Sustentable con la participación de los agentes locales, públicos y privados que estén involucrados en el proyecto.



III. INVERSIÓN

- EL costo aproximado de este proyecto se calcula en 400 millones de pesos¹.
- La mayor inversión se destinaría a la edificación de infraestructura de servicios, como hoteles, restaurantes e instalaciones complementarias. Otra parte se destinaría a la construcción de infraestructura, principalmente en el área de comunicaciones y transportes.

¹ Se calculó el costo con base en lo estimado para el proyecto de Chalacatepec, cuyo monto de inversión se estima en casi los 800 millones de pesos.

Ficha Técnica 5

Proyecto: *Transformación del Barrio «Gringo Gulch»*

I. ANTECEDENTES

- Gringo Gulch es uno de los sitios que aún conserva la arquitectura tradicional de Puerto Vallarta.
- Una de las fincas más célebres de este barrio es la Casa Kimberley, propiedad de la desaparecida actriz Elizabeth Taylor.
- Además, el valor paisajístico de este lugar es un activo que puede ser susceptible de aprovechamiento turístico.

II. PROPUESTA

- ❖ Transformar en un museo de sitio la antigua Casa Kimberley que perteneció a la actriz británica Elizabeth Taylor, así como la casa de Richard Burton; donde se exhiba *Memorabilia*² alusiva.



² Objetos valiosos debido a su conexión con sucesos históricos, cultura o entretenimiento (posters, publicidad, películas, etc.).



- ❖ Rehabilitar la fisonomía de la casa con su estilo arquitectónico original y conservar los colores originales de la casa, el rosa mexicano y el blanco.
- ❖ Descubrir la fachada de la casa Kimberley mediante la demolición del muro que da a la calle, esto con la finalidad de tener una vista frontal de la misma. Además, montar un jardín tropical con especies nativas en el patio interior.
- ❖ Acondicionar en la parte superior de la casa una “Terraza Café” que permita tener una panorámica de la bahía.
- ❖ Crear una sala multiusos en donde se exhiban películas tanto de la actriz, como de la época de oro de Hollywood y del cine Mexicano.
- ❖ Se propone la transformación de este barrio, en un barrio cultural, donde se instalen talleres artísticos, cafés y galerías, que a la postre lo conviertan en el distrito cultural de Puerto Vallarta.

III. INVERSIÓN

- Se estima un costo aproximado de inversión de 10 millones de pesos.
- Esta cantidad se destinaría básicamente a la inversión en los distintos establecimientos que se instalen.
- Otra parte de la inversión tendría que destinarse a la colocación de señalética turística y mobiliario urbano.



Ficha Técnica 6

Proyecto: **Parque Ecológico “El Salado”**

I. ANTECEDENTES

- En el año 2000, el Estero “El Salado” fue declarado Área Natural Protegida (ANP), bajo la categoría de *Zona Sujeta a Conservación Ecológica* por parte del gobierno de Jalisco.
- Este cuerpo de agua se encuentra dentro de la zona urbana del municipio, por lo que se encuentra en riesgo de perder superficie ante la expansión del desarrollo inmobiliario en el destino.
- El presupuesto para el mantenimiento de esta área depende de un fideicomiso en el que participa el Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta; sin embargo, se requiere un proceso paulatino de autogeneración de recursos para su conservación.

II. PROPUESTA

- ❖ Designar un espacio para usos alternativos dentro del polígono del ANP, en donde se lleven a cabo actividades de investigación, educación ambiental y actividades de turismo ecológico. Lo anterior con el menor impacto en el área natural.



- ❖ Crear un centro de investigaciones con el apoyo de la Universidad de Guadalajara, en donde se realice investigación relacionada con esta ANP y se fortalezcan las líneas de investigación científica que promuevan la conservación, conocimiento, manejo y uso de los recursos naturales.
- ❖ Edificación de un salón de usos múltiples, donde imparten cursos relacionados con la educación ambiental dirigido a alumnos y profesores de las diferentes escuelas de la región, así como a los visitantes.
- ❖ Lo ideal es que las instalaciones cumplan con las características de una casa ecológica, con el mínimo consumo energético, teniendo en cuenta la orientación del terreno y el entorno que lo rodea, además de utilizar materiales de la región.
- ❖ Construcción de muros con una composición de botellas de tereftalato de polietileno (PET) y vidrio, lo que reduciría los costos de la construcción hasta en un 70%. Además de la instalación de vigas de madera y tejas tradicionales, propias del estilo arquitectónico serrano.



- ❖ Construir un cocodrilario con fines educativos, de investigación y de conservación.
- ❖ Realización de talleres para el conocimiento de la flora y la fauna, esto es, información relativa a las especies que se encuentran en el lugar y a las características del entorno y la calidad ambiental. Los talleres especializados pueden ser impartidos por organizaciones no gubernamentales (ONG's) locales e incluso internacionales. Además del diseño de un jardín botánico con especies nativas, que sirva a la observación de la flora por parte de los visitantes.
- ❖ Incluir al Estero “El Salado” en el inventario de los atractivos turísticos de Puerto Vallarta, además, realizar una campaña de promoción para esta ANP.
- ❖ Diseñar rutas turísticas en bicicleta y caminatas al interior y al exterior del ANP, esta última se conectaría con algunos de los sitios más visitados de Puerto Vallarta como: el centro histórico, el malecón, estero “El Salado” y el mirador “Los Arcos”.

III. INVERSIÓN

- Se estima en 6 millones de pesos, mismos que serían destinados a la construcción de la infraestructura necesaria para el complejo.

Ficha Técnica 7

Proyecto: Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas

I. ANTECEDENTES

- No se cuenta en Puerto Vallarta con atractivos de gran envergadura como museos o acuarios de talla mundial.
- De manera general, no existe un Museo de Oceanografía o de Ciencias Marinas en todo el litoral del Pacífico Mexicano.

II. PROPUESTA

- ❖ Construir el Acuario y Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas de Puerto Vallarta, el cual sea el mejor de México, y uno de los mejores en el continente americano.





- ❖ El complejo albergará un Acuario, un Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas, así como instalaciones adecuadas para el desarrollo de investigaciones científicas.



- ❖ Este complejo será un espacio abierto a los turistas y público en general.





- ❖ El museo contará con distintas colecciones de especies marinas que habitan en el Océano Pacífico.
- ❖ También se propone una sala donde se exhiban la historia del Océano Pacífico y su relación con México.
- ❖ Instalación de un acuario de clase mundial al interior de este complejo.

III. INVERSIÓN

- Se contempla una inversión aproximada de 300 millones de pesos para la etapa inicial de este proyecto, es decir, la obra civil.
- Se pretende que en este proyecto aporten recursos instituciones como el CONACYT, Universidad de Guadalajara, Gobierno Federal, Iniciativa privada, por mencionar algunos.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Matriz de compromisos para Puerto Vallarta

Octubre de 2013

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
<i>Teleférico “Vallarta”</i>	✓ Realizar estudios de factibilidad, presentar el proyecto ejecutivo y plan de negocios	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara 	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ FONATUR 	N/D
	✓ Financiar el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Inversionistas ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL 	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
<i>Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta</i>	✓ Revisar y, en su caso, modificar el plan de desarrollo urbano, en el apartado concerniente al centro histórico	○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Presentar proyecto ejecutivo y evaluación del mismo	○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	• Se invierten en promedio 5 MDP anuales para el rescate del Centro Histórico de Puerto Vallarta
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL ○ FONATUR	N/D
	✓ Financiar el proyecto	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Inversionistas ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
<i>Transporte Troncal de Calidad Turística</i>	✓ Revisar el Plan Municipal de Desarrollo Vigente	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Presentar proyecto ejecutivo y evaluación del mismo	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta ○ SECTURJAL ○ Gobierno de Jalisco ○ FONATUR 	N/D
	✓ Financiar el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta ○ SECTURJAL ○ Inversionistas ○ Gobierno de Jalisco ○ Gobierno federal 	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes	✓ Analizar y modificar el decreto de <i>Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del corredor turístico Costalegre</i> .	○ SECTUR	<ul style="list-style-type: none"> Este decreto se publicó en 1990 y no ha sido modificado desde entonces. •
	✓ Revisar el plan de desarrollo municipal y los planes parciales de desarrollo urbano, con el objeto de analizar la compatibilidad con el proyecto propuesto.	○ Ayuntamiento de Cabo Corrientes	<ul style="list-style-type: none"> Existe un proyecto denominado Micro-regionalización y rutas turísticas que se trabajó en 2006. •
	✓ Presentar estudio de factibilidad, proyecto ejecutivo y plan de negocios.	○ SECTUR ○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL ○ FONATUR	N/D
	✓ Financiar el proyecto	○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Cabo Corrientes ○ Inversionistas	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Cabo Corrientes	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Transformación del Barrio “Gringo Gulch”	✓ Analizar y, en su caso, modificar el plan parcial de desarrollo urbano correspondiente al Centro Histórico de Puerto Vallarta.	○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Presentar proyecto ejecutivo y plan de negocios.	○ SECTUR ○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL ○ FONATUR	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL	N/D
Parque Ecológico “El Salado”	✓ Revisión del programa de manejo del ANP Estero “El Salado”.	○ ANP Estero “El Salado” ○ Universidad de Guadalajara	N/D
	✓ Elaborar el proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad.	○ Universidad de Guadalajara ○ SECTUR ○ SECTURJAL	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL	N/D
	✓ Financiamiento del proyecto	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Gobierno de Jalisco	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ ANP Estero “El Salado” ○ SECTURJAL	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas de Puerto Vallarta	✓ Elaborar estudios de factibilidad, proyecto ejecutivo y plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTUR ○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara 	N/D
	✓ Analizar la disponibilidad y ubicación de terrenos propiedad municipal o estatal.	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL 	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ FONATUR 	N/D
	✓ Financiamiento del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Inversionistas ○ Gobierno de Jalisco ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
Plaza del Mar *	✓ Analizar los terrenos disponibles y el estatus de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Presentar el proyecto ejecutivo y plan de negocios	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Financiar el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Museo Arqueológico - Natural Isla Cuale *	✓ Elaborar estudios de factibilidad, proyecto ejecutivo y plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara 	N/D
	✓ Analizar las fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ FONATUR 	N/D
	✓ Financiamiento del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta ○ INAH ○ Gobierno de Jalisco 	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	N/D

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas * (Bienal Escultórica Vallarta)	✓ Presentar proyecto ejecutivo	○ SECTURJAL	N/D
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SETURJAL ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Financiar el proyecto	○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL	N/D
Rehabilitación de la imagen del Blvd. Francisco Medina Ascencio *	✓ Analizar los planes parciales de desarrollo urbano, así como la respectiva reglamentación.	○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Presentar proyecto ejecutivo	○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara	N/D
	✓ Presentar plan de acción	○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL ○ Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/D

* Proyectos presentados en el Programa de Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta (FONATUR, 2011).



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

**Inventario de atractivos y catálogo de
servicios y productos turísticos de
Puerto Vallarta**

Octubre de 2013

Contenido

I.	ATRACTIVOS TURÍSTICOS	1
	FICHA 1: "Tritón y Sirena"	1
	FICHA 2: El caballito de mar	5
	FICHA 3: Casa "Manuel Lepe"	9
	FICHA 4: Cascadas de Quimixto.....	13
	FICHA 5: Cascada de Yelapa	17
	FICHA 6: El Faro.....	21
	FICHA 7: El Juglar.....	25
	FICHA 8: "El sutil come piedras"	28
	FICHA 9: El unicornio de la buena suerte.....	32
	FICHA 10: En busca de la razón	35
	FICHA 11: Erizados.....	39
	FICHA 12: Espacio, tiempo y movimiento	42
	FICHA 13: Estero "El Salado".....	46
	FICHA 14: Estatua Ignacio L. Vallarta	50
	FICHA 15: Isidro "El pescador"	53
	FICHA 16: La ballena y su cría.....	57
	FICHA 17: La fuente de la amistad.....	61
	FICHA 18: La rotonda del mar.....	65
	FICHA 19: La señora lavando	69
	FICHA 20: La escultura de John Houston	73
	FICHA 21: Estatua de Lorena Ochoa	77
	FICHA 22: Los bailarines.....	81
	FICHA 23: Los milenios.....	85
	FICHA 24: Los Arcos.....	89
	FICHA 25: Estatua de Miguel Hidalgo y Costilla.....	93
	FICHA 26: Mozayko Vallarta	97
	FICHA 27: Muelle de los Muertos.....	101
	FICHA 28: Museo Arqueológico "Cuale".....	105

Destino: PUERTO VALLARTA

FICHA 29: Museo Histórico Naval	109
FICHA 30: Área natural protegida “Los Arcos”	113
FICHA 31: Playa de Boca de Tomatlán	117
FICHA 32: Playas Conchas Chinas	121
FICHA 33: Origen y Destino	125
FICHA 34: Playa de Los Muertos	129
FICHA 35: Playa de Mismaloya.....	133
FICHA 36: Playa de Quimixto.....	137
FICHA 37: Playa Las Gemelas.....	140
FICHA 38: Playa de Majahuitas.....	144
FICHA 39: Playa de Yelapa.....	147
FICHA 40: Playa Las Ánimas	151
FICHA 41: Puente Peatonal Isla del Río Cuale	155
FICHA 42: San Pascual Bailón.....	159
II. INVENTARIO DE SERVICIOS TURISTICOS.....	163
1. CATÁLOGO DE HOTELES DE PUERTO VALLARTA	163
2. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	181
3. AGENCIAS DE VIAJES	226
4. INFORMACION AL TURISTA (MÓDULOS DE INFORMACIÓN, GUÍAS DE TURISTAS)	232
6. CASAS DE CAMBIO	239
7. COMPRAS (CENTROS COMERCIALES, CASAS DE ARTESANÍAS).....	240
8. INSTALACIONES PARA CONGRESOS Y CONVENCIONES	241
9. ESPARCIMIENTO (TEATROS, CINES, INSTALACIONES DEPORTIVAS, CENTROS DE ESPECTACULOS).....	242
III. INVENTARIO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	246

I. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 1: “Tritón y Sirena”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475473.24 m E, 2278951.23 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

“Tritón y Sirena”, como su nombre lo indica, es una escultura que se concentra en dos elementos esenciales: La figura humana y la mitología clásica.

Nativeo de la Ciudad de México, Carlos Espino desarrolló esta escultura que muestra a Tritón y Sirena. Tritón, el dios griego del mar y de los terremotos, es hijo de Crono y Rea, hermano de Zeus y Hades y es esposo de Anfítrite (una ninfa marina -espíritu femenino de los mares-), quién es una de las 50 hijas de Nereo y Doris, que es a quién finalmente está tratando de alcanzar.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*¿Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 2: El caballito de mar

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475498.28 m E, 2279008.92 m N



Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Con el paso del tiempo, la famosa escultura “El caballito de mar”, concebida por Rafael Zamarripa, se ha transformado en un símbolo que inequívocamente se relaciona intrínsecamente con Puerto Vallarta.

Durante la remodelación del Malecón de Puerto Vallarta, “El caballito de mar” fue reubicado y ahora cuenta con más espacio y área para admirarse mejor.

Esta escultura es una réplica más grande de la que se encuentra en la Playa Los Muertos. Inicialmente estaba ubicada en las rocas llamadas “Las Pilitas”, cerca del final de la playa, pero las olas y el viento se encargaron de derribarla.

En 1976, se le pidió al artista Rafael Zamarripa hacer una réplica que finalmente se colocó muy cerca del Viejo Faro en el Malecón.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.*)

() Sí () No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*)

() Sí () No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? ¿Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*)

() Sí () No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 3: Casa “Manuel Lepe”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475918.91 m E, 2278097.29 m N



Jacarandas 485 Col. Emiliano Zapata CP 48380, Puerto Vallarta, Jalisco

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Especializado en la obra del pintor naif Manuel Lepe, personaje originario del Puerto de Vallarta, Jalisco. Tiene por misión preservar y difundir el trabajo plástico de Lepe, además de impartir clases de teatro a niños, jóvenes y adultos de la localidad. El museo ofrece a sus visitantes visitas guiadas y talleres de teatro. Cuenta con un espacio escénico con capacidad para 80 personas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Ocio

2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 4: Cascadas de Quimixto

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 461732.94 m E, 2266072.79 m N



Al sur de Puerto Vallarta, aproximadamente a 25 minutos de Puerto Vallarta, es un recorrido por mar.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Uno de los rincones más encantadores y aislados de Puerto Vallarta es Quimixto, un pequeño pueblo en la playa de aproximadamente 250 familias al que sólo es accesible por barco.

Tomar un taxi acuático desde Boca de Tomatlán tarda alrededor de 25 minutos sobre el mar para llegar a este fabuloso lugar que será un recuerdo inolvidable durante tus vacaciones en Puerto Vallarta.

No olvides traer tu apetito a Quimixto, ya que habrá comida exquisita esperando por ti. Vas a encontrar mariscos frescos servidos por los mismos vendedores a lo largo de toda la playa. Y no olvides probar alguno de los deliciosos panes caseros hechos a base de coco, nuez, plátano o maíz, que son preparados por los mismos pobladores de este sitio.

La actividad más popular en Quimixto es visitar la cascada que tiene unos 30 metros de altura y que se deposita en una pequeña laguna que es ideal para nadar un rato. La mejor manera de llegar a esta cascada es mediante un paseo a caballo, actividad de la que viven un gran número de familias de este pueblito. La inmensa mayoría son caballos mansos que se vuelven apropiados para cualquier edad y nivel de experiencia. Vas a viajar a través de la selva y algunos arroyos hasta llegar a la cascada, por lo que se vuelve una aventura muy divertida.

Destino: PUERTO VALLARTA

Explorar la belleza natural alrededor de Puerto Vallarta es una aventura que se vuelve necesidad para cualquier turista y, pasar un día en Quimixto, hará que vivas el auténtico sabor de un pueblito ubicado en la hermosa Bahía de Banderas.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Gastronomía
2. Ecoturismo
3. Paseos a caballo

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna (*Evaluá la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

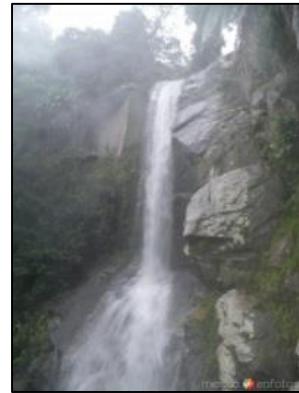
FICHA 5: Cascada de Yelapa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 455295.53 m E, 2264772.24 m N



Al sur de Puerto Vallarta, que se localiza a casi 15 minutos de caminata desde la costa.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Durante el camino, podrás admirar toda la biodiversidad que se concentra en este lugar. Caminando por aproximadamente una hora, llegarás a otra caída de agua de 4 metros de altura, donde podrás bañarte y deleitarte con su frescura. Explorar la belleza natural alrededor de Puerto Vallarta es una aventura que se vuelve necesidad para cualquier turista y, pasar un día en Quimixto, hará que vivas el auténtico sabor de un pueblito ubicado en la hermosa Bahía de Banderas.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Ecoturismo
3. Paseos a caballo

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí () No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

[View Details](#) | [Edit](#) | [Delete](#)

Señalización interna (*La señalización interna permite quíjarse cómodamente en el interior del recurso*).

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.)

$$1 \quad 2 \quad 3 \quad 4 \quad 5 \quad (-3)$$

Cementaries:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso)

1 3 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada? ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Como evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 6: El Faro

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475529.67 m E, 2279020.65 m N



Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta baliza de enfilación tiene un gemelo ubicado a poco más de cien metros al oriente de este lugar (aunque su ubicación no es muy visible, llegar a él es muy fácil, ya que está localizado entre la calle Matamoros -a espaldas de la Iglesia de Guadalupe- entre la calle Mina y Galeana).

Ambos faros sirvieron para orientar a las embarcaciones que arribaban a este destino turístico, desde el año de su construcción hasta 1970, año en que se puso en función la Terminal Marítima del Estero El Salado.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí () No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

guiarse cómodamente en el interior del recurso).

$$1 - 3 - 3 - 4 - 5 = (-3)^4$$

Cementaries:

.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?)

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada, ¿Existe personal en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 7: El Juglar

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475281.74 m E, 2278734.36 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura "El Juglar" fue creada en 1999 por el artista Ramiz Barquet. "El Juglar" es una obra de arte que representa a un trovador que toca la flauta.

Ramiz Barquet, amante de las artes en todas sus formas, se dio a la tarea de concebir esta escultura para rendir homenaje a todos los músicos que día a día salen a las calles de Puerto Vallarta a alegrar el espíritu con sus alegres melodías.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 8: “El sutil come piedras”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475583.84 m E, 2279221.93 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

“El sutil come piedras” mide 2.4 metros de altura y está realizada en bronce y obsidiana.

Esta escultura muestra a un hombre regordete, amistoso y entretenido.

Mezclando metal y roca, esta obra de arte juega con ambos elementos.

Jonás Gutiérrez comenta que su niñez influyó en la creación de la escultura porque en esa época él jugaba con barro y lo disfrutaba enormemente.

A través de esta escultura, el artista intenta recordarnos nuestra niñez, cuando comenzábamos a caminar, a balancearnos sobre nuestras dos piernas y el disfrute que teníamos al descubrir cada elemento en la vida.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 9: El unicornio de la buena suerte

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475601.22 m E, 2279246.81 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura “El unicornio de la buena suerte” fue inaugurada el 16 de Enero del 2011 en el Malecón de Puerto Vallarta. Aníbal Riebeling fue el artista, nacido en Guadalajara, Jalisco, encargado de crear esta obra de arte que es una de las más recientes que se han instalado en el Malecón.

Con 3 metros de alto, “El unicornio de la buena suerte” posee una forma muy estilizada y curvilínea que la convierte, según los expertos, en la obra que mejor se fusiona con el entorno.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(xx) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 10: En busca de la razón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475525.39 m E, 2279107.50 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta obra de arte está compuesta por una escalera y unas figuras extrañas con cabezas infladas como almohadas. La escalera apunta al cielo y dos de esas figuras están subiéndola, como esperando obtener algo desde lo alto.

En el piso, una tercera figura parece que les está expresando una advertencia o que les ruega que lo esperen para irse juntos. Tu perspectiva es nuestra mejor opinión.

Esta escultura en el Malecón de Puerto Vallarta es una de las favoritas tanto de residentes como de turistas porque, inevitablemente, casi todos nos hemos animado a subir a la escalera a tomar una fotografía desde lo alto. Participa y comienza a buscar la razón en esta escultura.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 11: Erizados

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475304.56 m E, 2278788.52 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



© PuertoVallarta.net

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

“Erizados” es una obra de arte que está hecha de acero inoxidable y que se decidió dejarla en ese sitio por la cálida acogida que recibieron por parte de visitantes y residentes.

Una conexión con el mar se refleja en esta escultura de metal puntiagudo en el que el proceso creativo implicó demasiado trabajo, pero que el resultado final logra transmitir una sensación de vida y movimiento en el espectador.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 12: Espacio, tiempo y movimiento

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475535.06 m E, 2278538.99 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

Destino: PUERTO VALLARTA

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura “Espacio, tiempo y movimiento” es una obra que fue realizada por el escultor Ignacio Granados Con la colaboración de hoteles y moteles de Puerto Vallarta, esta obra de arte fue realizada por los alumnos de la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”.

Todo su desarrollo estuvo bajo la supervisión de los profesores Ramiro Medina y Alfonso Campos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evaluá la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 13: Estero "El Salado"

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 474652.67 m E, 2285167.31 m N

Dentro de la ciudad de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
() Recurso cultural
() Recurso artesano/compras
() Recurso gastronómico
() Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El estero "El Salado", se localiza en el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco. Se considera un Estero Urbano, debido a que se encuentra rodeado por la mancha urbana de dicho puerto. Comprende una superficie a proteger de 168-96-50 hectáreas, de las cuales aproximadamente 135 hectáreas corresponden a vegetación de manglar y marismas; el resto se conforma por dos remanentes de selva mediana subcaducifolia bordeada por sucesiones de elementos de vegetación acuática y subacuática, bosque espinoso y vegetación secundaria.

Su conexión al océano es permanente, a través de un canal de aproximadamente 20 metros de anchura, 3 metros de profundidad y 2 kilómetros de largo que desemboca en el rada portuario. Sus componentes de paisaje y de hábitat son favorables para las aves migratorias y el desarrollo del ciclo biológico de mamíferos y reptiles, tales como el cocodrilo de río.

En el estero se llevan a cabo diferentes programas y actividades como son: Taller para la captura y manejo de cocodrilos, manejo y conservación de reptiles, concursos de fotografía, paseos nocturnos del estero, observación de flora y fauna, así como el avistamiento de aves y reptiles.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Ecoturismo, manejo de cocodrilos
2. Observación de flora y fauna
3. Avistamiento de aves

Destino: PUERTO VALLARTA

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe registro

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

(x) Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso.*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 ()

Comentarios:.....NO APLICA.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 14: Estatua Ignacio L. Vallarta

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475440.94 m E, 2278850.19 m N

Ubicado en el Plaza de armas de Puerto Vallarta.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Ubicada actualmente en la Plaza de Armas, la escultura en honor a Ignacio L. Vallarta tuvo su primera locación en el Parque Aquiles Serdán.

Entre el Palacio Municipal y Los Arcos del Malecón, emerge la escultura de Ignacio Luis Vallarta, una obra de arte concebida por el escultor Miguel Miramontes Carmona. Esta escultura de bronce representa al ilustre abogado jalisciense del que se tomó su apellido para nombrar a este destino turístico. Fue donada por Juan Gil Preciado, ex Gobernador de Jalisco y fue inaugurada en 1964 por el ex Presidente Municipal de Puerto Vallarta, Carlos Arreola Lima.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 15: Isidro “El pescador”

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475550.69 m E, 2278609.01 m N

Ubicado en el malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura Isidro “El Pescador” fue hecha por el artista mexicano Ramiz Barquet y fue develada en Puerto Vallarta el 12 de Enero de 1996. Ubicada al terminar el puente sobre el Río Cuale, justo frente al Mercado Municipal, Isidro “El Pescador” rinde homenaje a todos los pescadores que son los personajes más típicos del Viejo Vallarta.

“Todas las mañanas el pescador descalzo, con su sombrero todavía húmedo por la brisa y con el pantalón arremangado hasta las rodillas, anunciaba su paso por las calles del pueblo, golpeando el cuchillo contra su remo de cuyo extremo colgaba la pesca de la mañana”.

En esta área, el cableado se realizó de manera subterránea para el placer de los fotógrafos y visitantes que ahora podrán disfrutar la arquitectura de Puerto Vallarta de manera que las paredes blancas sólo serán interrumpidas por macetas de buganvillas, geranios y espléndidos helechos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 16: La ballena y su cría

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 474092.72 m E, 2285467.84 m N



Ubicado en la Av. Francisco Medina Ascencio, es la entrada a Marina Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- (x) Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura "La ballena y su cría" fue concebida por el artista Octavio González e inaugurada el 14 de Marzo del 2001.

A esta escultura también se le conoce como "La ballena bailarina" y es una obra de arte monumental, hecha en bronce, que evidentemente representa a una ballena jorobada junto con su cría.

Pesa 12 toneladas y mide 8 metros de alto por 13 de largo. Se puede apreciar en la entrada de Marina Vallarta.

Esta escultura de bronce tiene un gran significado porque representa la suma de muchos esfuerzos de destacados ciudadanos, hoteleros, restauranteros, comerciantes, empresarios trasnacionales, la administración pública y, principalmente, la tenacidad de Octavio González por terminar este hermoso proyecto.

El artista realizó réplicas más pequeñas de esta obra de arte que se actualmente se encuentran en las ciudades hermanas de Mission, Texas y Highland Park III.

Actividades turísticas (Enumarar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Destino: PUERTO VALLARTA

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 17: La fuente de la amistad

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475426.95 m E, 2278885.76 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Ubicada a un costado de Los Arcos del Malecón, casi enfrente del Museo Histórico Naval, "La fuente de la amistad", es una obra de arte que se gestó para conmemorar el hermanamiento entre Puerto Vallarta y Santa Bárbara, California.

Ambos destinos son ciudades hermanas desde 1972 y James Bottoms diseñó esta fuente con 3 delfines saltando en base a una leyenda de los indios Chumash, en la que se narra cómo un marinero es salvado por delfines amistosos.

De esta fuente existe una réplica ubicada en la ciudad de Santa Bárbara, California.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 18: La rotonda del mar

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475553.95 m E, 2279163.32 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

"La rotonda del mar" es una de las esculturas favoritas, por residentes y locales, para tomarse fotografías. Sé paciente, porque seguramente ya notaste que habrá pocas veces en que puedas apreciar esta obra de arte sin que otras personas estén sentadas en una de estas sillas antropomórficas.

Alejandro Colunga es un pintor y escultor autodidacta nacido en Guadalajara, Jalisco, ciudad en la que también se pueden apreciar varias de sus esculturas creadas bajo un concepto similar.

Son 8 sillones monumentales que ofrecen surrealismo en todas sus formas que se fusionan con partes de la anatomía humana, elementos de fantasía y objetos náuticos. Todas las sillas son híbridos entre humanos, animales, muebles y diversos objetos más, pero sin duda, la favorita de todos es la banca con las orejas humanas. Es obvio que el artista así lo desea, así que siéntate en ellas, descansa y tómate la foto del recuerdo en esta galería al aire libre.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí (x) No

Comentarios:

Comercialización (Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí () No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí () No

Comentarios:

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna (*La señalización interna permite quíjarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (-3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 19: La señora lavando

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475312.02 m E, 2278475.43 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

-) Recurso natural
 -) Recurso cultural
 -) Recurso artesano/compras
 -) Recurso gastronómico
 -) Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta escultura de bronce está ubicada a un costado del Río Cuale, que desemboca en la Bahía de Puerto Vallarta.

La "Señora lavando" es una obra de arte que representa y honra a todas las mujeres que en épocas pasadas acudían al Molino de Agua a lavar su ropa y la de sus familias.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

- ## **1. Gastronomía 2. Comercio**

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

- () Sí (x) No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 20: La escultura de John Houston

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

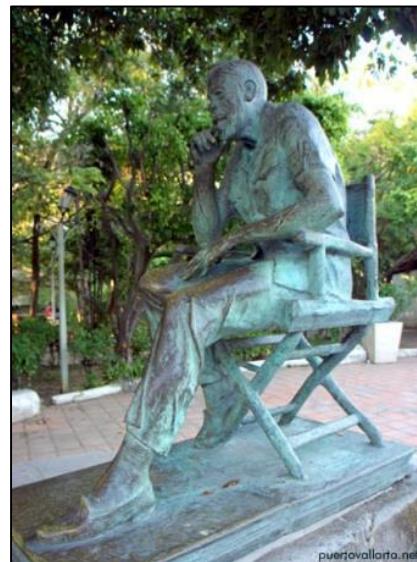
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475614.52 m E, 2278543.40 m N

Ubicado en el Centro Cultural del Rio Cuale

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura de bronce, ubicada en la parte central de la Isla del Río Cuale, fue realizada en 1988 por Carlos Ramírez en homenaje al famoso director de cine norteamericano John Huston en conmemoración del 25º aniversario de la filmación de la película "La noche de la iguana".

"La noche de la iguana", basada en la obra teatral de Tennessee Williams, fue filmada en la playa de Mismaloya y en Puerto Vallarta en 1964. Fue protagonizada por Richard Burton, Deborah Kerr y Ava Gardner.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).**Señalización externa** (*Existe señalización para llegar al recurso*)1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*)1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 21: Estatua de Lorena Ochoa

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475352.03 m E, 2278854.93 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El legado, trayectoria y gran cariño que Lorena Ochoa muestra por Puerto Vallarta y todo Jalisco, quedó inmortalizado este Jueves en el Malecón, al ser develada una escultura en honor a esta ejemplar deportista. Durante este acontecimiento tan especial, Ramón Guerrero destacó el orgullo que significa para Puerto Vallarta el homenaje a Lorena Ochoa y aprovechó el momento para agradecer a Emilio González Márquez el apoyo que siempre ha brindado a nuestro destino turístico.

Por su parte, González Márquez destacó que este es un acto de justicia y agradecimiento a la solidaridad y generosidad mostrada por Lorena Ochoa hacia este destino, por lo que esta escultura es un agradecimiento permanente que se convertirá en uno de los íconos de Puerto Vallarta.

Emocionada y contenta por esta distinción, Lorena Ochoa indicó que esta escultura (realizada por Octavio González Gutiérrez), la llena de ilusión y orgullo: "Puerto Vallarta ha sido para mí un lugar muy especial, que considero mi casa".

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*)

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 22: Los bailarines

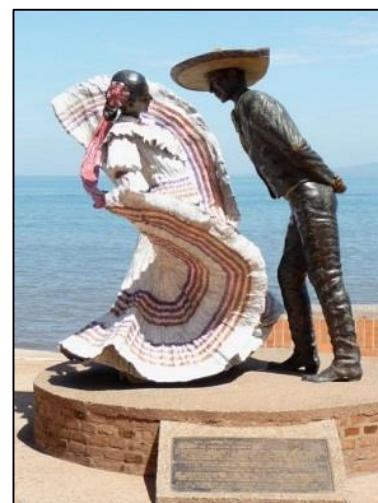
MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475333.90 m E, 2278820.64 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Para crear a “Los bailarines de Puerto Vallarta”, el artista Jim Demetro encontró su inspiración en la energía juvenil, en los sutiles movimientos y en el colorido de los trajes regionales que el Ballet Folclórico Municipal Xiutla viste durante sus presentaciones.

El Ballet Xiutla es un organismo cultural de danza folclórica mexicana que está integrado por niños y jóvenes de Puerto Vallarta. Fue fundado el 27 de Julio de 1994 con la finalidad de ofrecer a miembros de nuestra localidad la posibilidad de conocer un poco más acerca de las tradiciones y costumbres de nuestro país. Los colores blancos, rojos y azules del vestido contrastan con el bronce puro. La base en forma de triángulo y las nubes que enmarcan el telón de fondo, muchas veces contraponen fuerza y sitúan la mirada justo en la escultura.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?"). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?"). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 23: Los milenios

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475701.15 m E, 2279525.57 m N



Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta impresionante escultura en forma de espiral, fue inaugurada un 31 de Octubre del 2001 y un año más tarde, durante la presencia del Huracán Kenna, fue afectada al perder la placa que describía la obra.

Esta obra de arte representa la historia y el paso del tiempo: Inicia en la base con el agua, luego pasa por el origen de la vida (representado por el ADN que se puede apreciar en la base), la evolución natural, la humanidad y termina con la esperanza para el futuro (simbolizado por la “paloma de la paz”).

En esta escultura podrás observar diversos personajes de la historia como Carlomagno, Netzahualcóyotl y una mujer que se extiende hacia un futuro lleno de paz. La escultura “Los Milenios” marca el inicio del Malecón de Puerto Vallarta.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*)

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 24: Los Arcos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475397.34 m E, 2278880.48 m N



Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Originalmente, Los Arcos fueron traídos de una hacienda colonial de Guadalajara, Jalisco. Durante mucho tiempo, estuvieron adornando el escenario del Teatro al Aire Libre Aquiles Serdán (como se también se le conoce a este espacio reservado para las manifestaciones artísticas).

En 2002, el Huracán Kenna visitó Puerto Vallarta y entre los oleajes altos y los fuertes vientos que disparaba, terminaron derribados y hundidos en el fondo del mar.

Los Arcos que actualmente sirven como telón de fondo del Teatro al Aire Libre, son una réplica idéntica de los originales, aunque su posición original ha cambiado algunos metros debido a las remodelaciones que se hicieron en el Malecón.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 25: Estructura de Miguel Hidalgo y Costilla

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475834.99 m E, 2279562.08 m N

Ubicado en el Parque Hidalgo, frente a la Iglesia del Refugio

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión



www.puertovallarta.net

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura en honor a Don Miguel Hidalgo y Costilla fue obra del artista J. Esteban Ramírez Guareño y fue erigida en 1988.

El Parque Hidalgo se localiza al final de la Zona Hotelera, a una cuadra del Malecón de Puerto Vallarta y justo frente al Templo del Refugio.

Este parque fue construido para brindar homenaje a Miguel Hidalgo y del lado este, se puede apreciar una escultura de bronce que representa al héroe de la Guerra de Independencia.

Esta escultura vino a sustituir una más pequeña que era de cemento y que fue hecha también por Esteban Ramírez Guareño.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*)

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 26: Mozayko Vallarta

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta



LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475298.31 m E, 2278260.98 m N

Ubicado en la Zona Romántica

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
() Recurso cultural
() Recurso artesano/compras
() Recurso gastronómico
() Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En 2012, Natasha Moraga decidió emprender un proyecto voluntario que, en conjunto con muchas manos, crearon su más grande pieza para celebrar a Puerto Vallarta y el primer episodio comenzó en la Zona Romántica.

La milenaria técnica del mosaico es el arte de componer y ejecutar una obra mediante el uso de trozos o el resto de algún determinado material, piedra, vidrio, cerámica, madera, etc., sobre una superficie plana o tridimensional.

El primer episodio de Mozayko Vallarta es una ventana de exposición permanente que permite una nueva imagen urbana que se integra de manera armónica con las calles de Puerto Vallarta. Es una oportunidad que paralelamente crea una imagen artística, positiva y permanente.

Información de la Obra:

Nombre de la Obra: Mozayko Vallarta – Primer Episodio

Técnica: Azulejo, vidrio, espejo y elementos de identidad

Medida: 60 metros de base x 3 metros de alto

Ubicación: Calle Pino Suárez (entre Basilio Badillo y Carranza)

Artista: Natasha Moraga

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Destino: PUERTO VALLARTA

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). *Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). *Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evaluá la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 27: Muelle de los Muertos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475082.09 m E, 2277970.35 m N



Ubicado en la Playa de Los Muertos, frente al Hotel San Marino

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- (x) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Muelle de Los Muertos es una hermosa estructura curveada al final de un camino donde el público podrá disfrutar de una impresionante vista a la Bahía de Banderas. La torre central del muelle se prende durante la noche con luces que lentamente cambian de color, fácilmente haciéndolo un ícono del lugar.

Aparte de su atractivo diseño, el Muelle de Los Muertos tiene varios usos prácticos como el poder recibir barcos de tours que van a visitar otras playas como Yelapa, Mismaloya y Las Ánimas, haciendo más accesibles estos lugares para los visitantes y residentes.

El Muelle también provee de un impulso económico a la zona de Olas Altas y la playa de Los Muertos que ya son bastante populares entre los turistas y los locales por su variedad de restaurantes, bares, clubes de playa y deportes acuáticos.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

**FICHA 28: Museo Arqueológico
“Cuale”**

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475781.31 m E, 2278556.35 m N



Situado en la Isla de Río Cuale

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El paseo sombreado a lo largo de la Isla del Río Cuale es uno de los más hermosos en Puerto Vallarta. Y la visita a la isla no está completa sin detenerte en el Museo Arqueológico del Cuale.

El pequeño museo fue fundado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y por más de 30 años, le ha brindado a los residentes y visitantes una visión de la fértil historia de la cultura Prehispánica que fue fundada en la parte oeste de México, incluyendo Bahía de Banderas, entre los años 5000 y 2000 AC.

El museo tiene frecuentemente exhibiciones de arte temporales, de artistas nacionales y locales, del pasado y del presente. Y hay una colección permanente que presenta cerámica, arte, artefactos tales como herramientas de caza y recolección, raspadores y martillos y hasta una tumba.

Todos los artículos arqueológicos en exhibición en el museo fueron extraídos en los estados de Jalisco, Nayarit y Guerrero, incluyendo las áreas de y alrededor de Puerto Vallarta y la vecina Ixtapa.

Los artefactos encontrados en nuestra región han conducido a los expertos a creer que las personas prehispánicas viviendo cerca de Bahía de Banderas fueron notables por su nivel artesanal, habilidades para comunicarse y sus ricas tradiciones culturales.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Ocio

Destino: PUERTO VALLARTA

- 2. Gastronomía**
- 3. Comercio**

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). *Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(xx) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). *Escoja opción y describa.*

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo.
¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 29: Museo Histórico Naval

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta



LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475359.30 m E, 2278844.23 m N

Situado al final del Malecón de Puerto Vallarta, justo al lado del teatro al aire libre

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Luego de habersele dado varios usos al edificio, el 18 de noviembre de 2006 fue inaugurado el Museo Histórico Naval. Por lo general, son unas 150 personas quienes visitan este sitio, pero en temporada alta, la afluencia de personas se eleva hasta 600.

La colección permanente exhibe en cinco salas pinturas, maquetas, fotografías, documentos, cartografías, modelos a escala e instrumentos de navegación; entre otros objetos que también son patrimonio con valor histórico, destacando las armas conocidas como “mosquetón” pues solamente una que se encuentra al iniciar el pasillo es mexicana.

En general, los temas que se exponen abarcan expediciones y descubrimientos del Mar del Sur, expediciones hacia las islas Filipinas, el tornavaje de la Nao de China, el viaje de las Naos y la defensa de las flotas.

Asimismo resalta la temática sobre el inicio del asentamiento que más tarde se convertiría en Puerto Vallarta, así como una breve reseña histórica del mismo, el apostadero de San Blas y tanto la organización como funciones de la Armada de México.

Todos los visitantes tendrán la oportunidad de apreciar cada uno de los objetos colocados en el museo, que fue remodelado luego de fungir como la Oficina de la Capitanía de Puerto, Hospital Naval y Sede de la Comandancia Naval.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Ocio
2. Actividades Recreativas

Destino: PUERTO VALLARTA

3. Gastronomía

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo.
¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 30: Área natural protegida “Los Arcos”



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 469560.60 m E, 2271812.87 m N

Al sur de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- (x) Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Parque Marino Los Arcos está ubicado entre las playas Mismaloya y Gemelas. Cuenta con túneles profundos, cuevas, arcos y arrecifes impresionantes: un lugar espectacular para practicar buceo y snorkel donde encontrarás una gran diversidad de fauna marina y aves.

De las formaciones naturales más imponentes de la bahía, no puedes perderte la oportunidad de conocer las profundas aguas del Pacífico, una de las mejores imágenes de nuestro destino que debes tener.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Buceo y snorkel
2. Avistamiento de fauna marina y aves
3. Ecoturismo

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe registro

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 ()

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

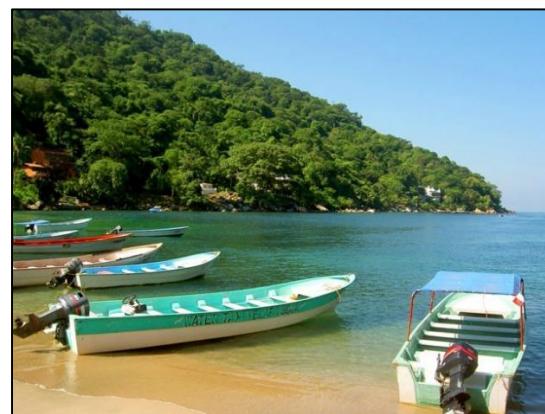
FICHA 31: Playa de Boca de Tomatlán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 467035.60 m E, 2268211.43 m N



Carretera No. 200 al sur de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
- () Recurso cultural
- () Recurso artesano/compras
- () Recurso gastronómico
- () Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Entre colinas pronunciadas, entre árboles y palmeras que encuentran las aguas dulces del río chocando con las olas del mar, se extiende el pequeño pueblo pesquero Boca de Tomatlán. Es la última playa que tiene acceso por carretera, un pueblo cálido con toques tradicionales. En este lugar con restaurantes a la orilla de la playa puedes contratar las "pangas", las famosas "water taxi" que te llevarán a disfrutar de Yelapa, Químixto y mucho sitios más.

Ha llegado el momento de embarcarte y descubrir más del Océano Pacífico: a partir de Boca de Tomatlán y hacia el sur de la costa, sólo puedes acceder a las playas por vía marítima.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Natación
2. Gastronomía

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe registro

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?)*

Destino: PUERTO VALLARTA

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 32: Playas Conchas Chinas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 474535.60 m E, 2276787.06 m N

Al sur de la ciudad de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La playa Conchas Chinas es de los sitios más fascinantes de nuestro destino turístico. A tan sólo unos minutos de la ciudad, esta playa se esconde entre selva y montañas: un lugar excepcional teñido por los verdes azulados de sus aguas y la arena gris claro.

Disfruta de las piscinas naturales formadas por grupos de rocas o de un delicioso pescado frito, renta lanchas de esquí y pásala increíble. La claridad de sus aguas te permite ver el fondo marino y conocer los diferentes tipos de peces que ahí habitan, una experiencia que no puedes dejar pasar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Natación
2. Snorkel
- 3.

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

Turistas nacional, extranjeros y visitantes locales, no se tiene registro del número de visitas, todo el año es visitada.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Sin información

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 ()

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 33: Origen y Destino

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475680.52 m E, 2279400.71 m N



www.puertovallarta.net

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
() Recurso cultural
() Recurso artesano/compras
() Recurso gastronómico
() Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La escultura “Origen y Destino” fue creada por Pedro Tello y se instaló en el Malecón de Puerto Vallarta en el año 2011.

“Origen y Destino” es un proyecto que lleva décadas en desarrollo. Inicialmente está basado en 8 esculturas, de las cuales, actualmente están expuestas 5.

Cada una de ellas, representan los inicios de la humanidad, la música, el tiempo y el conocimiento:

- El bote representa la humanidad y su búsqueda de nuevos horizontes.
- La quimera en el lado izquierdo simboliza la aparición de las máquinas y el desequilibrio que genera en la vida.
- La ballena representa la humanidad y cómo surge en el nuevo milenio.
- El obelisco representa la obra de la humanidad, su efímero paso por el tiempo (representado por el reloj de arena) y la historia.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 34: Playa de Los Muertos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13; 475090.77 m E, 2278046.16 m N

En el centro de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La más famosa, la más buscada y la más visitada. Conocida como Los Muertos, esta playa se encuentra ubicada al sur del Malecón y el río Cuale, delineada por hoteles de gran turismo.

Sobre la acera del Malecón, a la orilla de la playa Los Muertos, encontrarás una gran variedad de restaurantes, bares, cafeterías, galerías y tiendas de ropa, entre muchas otras atracciones. Es el lugar ideal para divertirte, pasarla bien, disfrutar día y noche de los atractivos de la ciudad: un sitio de contrastes donde lo tradicional se une con la vanguardia.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Natación
2. Gastronomía
- 3.

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

El 32% de la demanda a Puerto Vallarta, lo visita , 41% del turismo nacional y 23% del extranjero, las visitas son todo el año.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.*

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 35: Playa de Mismaloya

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 469563.77 m E, 2270428.64 m N



Al sur de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La playa Mismaloya se encuentra ubicada al sur de la Bahía, muy cerca del pie de las montañas. Justo ahí yace un escaparate natural que reúne dos diferentes escenarios que enmarcan la imagen perfecta del Puerto de Vallarta. Si quieras disfrutar de las mejores vistas no dudes en visitar este lugar: los miradores, las terrazas de hoteles y los restaurantes te tienen reservado el mejor lugar.

Esta playa es famosa por haber sido el escenario del filme *La noche de la Iguana*, dirigida por John Huston en 1964. De las construcciones realizadas para la producción aún quedan algunas estructuras.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Natación
2. Safari fotográfico
3. Ecoturismo

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No se tiene registro, lo visitan todo el año tanto el turismo nacional como extranjero

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 36: Playa de Quimixto

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cabo Corrientes

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 461769.76 m E, 2267350.00 m N

Al sur de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Encontramos Quimixto navegando y rompiendo olas con las “pangas” o barcos que todos los días se dirigen a descubrir nuevas historias y experiencias. Es un pueblo pequeño habitado por alrededor de 250 familias, interesante porque se une un elemento más a este paraíso: si caminas por el pequeño camino construido por adoquines, llegarás a una cascada que no te puedes perder. Tampoco puedes dejar de probar los platillos a base de pescado y especialidades mexicanas al estilo casero.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Caminatas
2. Natación, buceo y snorkel
3. Ecoturismo

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)
No existe un mecanismo de medición, recibe turismo nacional y extranjero durante todo el año

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

(x) No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 37: Playa Las Gemelas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 471562.92 m E, 2272250.12 m N

Al sur de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Las Gemelas son playas de gran belleza natural, entre las más atractivas de esta ciudad. Son dos sitios que se localizan al suroeste de Puerto Vallarta México, cuyas principales características son la arena fina de color gris claro, un oleaje con pendiente media y una extensión de aproximadamente 100 m cada una.

En estas playas puedes realizar actividades recreativas y acuáticas como esquiar, nadar, caminar y descubrir los escenarios naturales que aquí encontrarás.

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Natación
2. Esquí
3. Caminatas

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)

No existe información

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Sí

No

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 ()

Comentarios:.....NO APLICA.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 ()

Comentarios:..... NO APLICA.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 38: Playa de Majahuitas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cabo Corrientes

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 459285.65 m E, 2267458.22 m N

Al sur de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Una playa de fina arena blanca, está postrada en los pies de la selva, acompañada por los sonidos de la vida silvestre y arropada por el azul y la cálida bahía: es un escenario espectacular acompañado de caletas y un cañón submarino que debes descubrir. Bucea o súbete a la aventura en kayak, camina por sus alrededores y escucha el cantar de las aves y los reptiles nativos.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Buceo y snorkel
2. Ecoturismo
3. Avistamiento de flora y fauna

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existen registros, recibe turismo nacional y extranjero durante todo el año

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Cobranza de ingreso (¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.

Sí

No

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

(x) Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

(x) Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (2)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

DENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 39: Playa de Yelapa

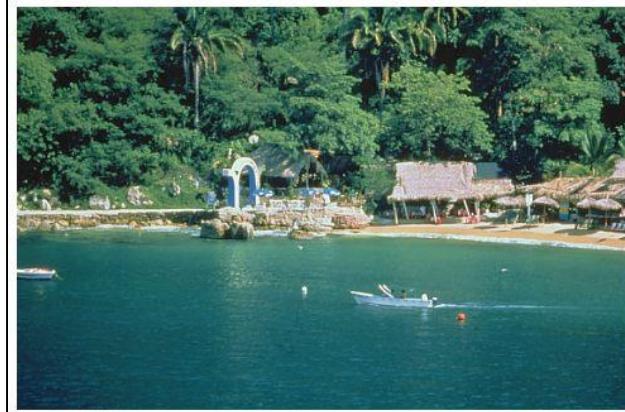
MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cabo Corrientes

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 453782.24 m E, 2265684.17 m N

Al sur de Puerto Vallarta



TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

"Lugar donde se juntan las aguas" éste es el significado de Yelapa, un pueblito pintoresco que abre sus puertas para explorar sus paisajes. Sin duda, es un lugar alejado a dos horas de Boca de Tomatlán. Este lugar se distingue por su colorido, sus tradiciones, por su gente cálida dedicada en su gran mayoría a la pesca. Y si se trata de tradiciones, no debes perderte su variedad de platillos mexicanos, pescados y langostas frescas.

Yelapa es el lugar perfecto para perderte en la selva, para adentrarte en los ríos, nadar en aguas tranquilas o recrearte con actividades deportivas como bucear, pescar y realizar caminatas por el pueblo, hasta llegar a la cascada de más de 50 metros que desciende desde las montañas en la época de lluvias (junio-septiembre).

Actividades turísticas (*Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso*).

1. Caminata
2. Natación
3. Buceo, pesca, snorkel

Perfil del turista (*Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.*)
No se tiene registro del número de visitas, recibe turismo nacional y extranjero, durante todo el año.

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

No existe información

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

Destino: PUERTO VALLARTA

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 40: Playa Las Áimas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Cabo Corrientes

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 464535.40 m E, 2267903.40 m N



Al sur de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- () Recurso natural
() Recurso cultural
() Recurso artesano/compras
() Recurso gastronómico
() Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Tiene una exuberante vegetación como por su hermoso mar, que además de estar muy limpio, tiene un color y transparencia increíble. La arena es muy fina, sin piedras.

Con una extensión de 600 metros de longitud, arenas blancas, suaves y olas muy pequeñas, esta playa ubicada al sur de Mismaloya es ideal para practicar el buceo, el snorkel y si la suerte está contigo, en el horizonte podrás observar algunas ballenas y/o delfines jugueteando.

Otras de las actividades que puedes realizar aquí, es montar a caballo a través de la jungla, hacer esquí acuático y el parachute (recorrido aéreo por la bahía en un paracaídas jalado por una lancha).

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Práctica del buceo y el snorkel
2. Montar a caballo
3. Esquí acuático y el parachute

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No se tiene registro del número de visitas, es visitado tanto por el turista nacional como extranjero, durante todo el año, incrementándose en las temporadas de junio, julio y agosto, así como diciembre, enero y abril.

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Sin información

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.? Elija la opción correcta.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*)

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*)

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad (*Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen (*Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación*).

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?*).

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.*).

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 41: Puente Peatonal Isla del Río Cuale



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475749.73 m E, 2278592.60 m N

Ubicado en la Isla del Río Cuale

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El objetivo de construir este nuevo puente es unir a dos importantes áreas del Centro de Puerto Vallarta, acercando los amplios espacios verdes de la Isla del Cuale con los residentes del Gringo Gulch. Este Puente Peatonal ofrece espectaculares vistas de las montañas, el río e incluso, si se busca lo suficiente, se puede apreciar un poco el Océano Pacífico.

El Gringo Gulch es un área en la que diversos artistas, escritores, músicos, aventureros y retirados han decidido llamar hogar.

Actividades turísticas (Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Gestión del recurso (Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).

Destino: PUERTO VALLARTA

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).

Señalización externa (Existe señalización para llegar al recurso)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Limpieza e imagen (Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: PUERTO VALLARTA

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafé cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 42: San Pascual Bailón

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Puerto Vallarta

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 475309.26 m E, 2278780.49 m N

Ubicado en el Malecón de Puerto Vallarta

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).



- Recurso natural
- Recurso cultural
- Recurso artesano/compras
- Recurso gastronómico
- Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Además del "Premio San Pascual Bailón", se entregará a cada chef ganador una placa conmemorativa en la Explanada de la Fama, ubicada en el Malecón de Puerto Vallarta teniendo como marco la espectacular escultura tallada en bronce de San Pascual Bailón, Santo Patrono de los Cocineros y obra del difunto escultor Ramiz Barquet.

En la segunda edición del "Premio San Pascual", durante el 2009, se reconoció a los chefs Alicia Gironella D'Angeli, Guy Santoro y Thierry Blouet. En 2010 se entregó el premio con su respectiva placa conmemorativa a los chefs Rafael Bautista, Mikel Alonso y Ricardo Muñoz Zurita. En 2011 se entregó el premio a los chefs Patricia Quintana, Juan Antonio Sánchez y Heinz Erwin Reize.

El Consejo Consultivo de la mencionada Asociación Internacional de la Hospitalidad es presidido por Juan Berthelot quien a su vez es el Presidente Honorario del Club Vatel entre otros y anualmente selecciona a tres candidatos de los más prestigiados chefs. Una vez elegidos se les invitará a la colocación de las placas en Puerto Vallarta el 17 de Mayo, aniversario de San Pascual Bailón

Actividades turísticas (Enumarar las actividades turísticas que ofrece el recurso).

1. Gastronomía
2. Comercio

Perfil del turista (Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)

No existe información

Destino: PUERTO VALLARTA

Gestión del recurso (*Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso*).

Cobranza de ingreso (*¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc.?*)
Elija la opción correcta.

() Sí

() No

Comentarios:

Comercialización (*Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?*). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.

() Sí

() No

Comentarios:

Promoción (*¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?*). Escoja opción y describa.

() Sí

() No

Comentarios:

EVALUACIÓN (*Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente*).

Señalización externa (*Existe señalización para llegar al recurso*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Señalización interna (*La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad (*Evaluá la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (*¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?*).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:

Destino: PUERTO VALLARTA

Limpieza e imagen (*Evaluá la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa (*¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?.*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna (*Evalué la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos (*¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación (*Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras (*Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?.*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental (*¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad (*¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: PUERTO VALLARTA

Seguridad (*¿El recurso se puede visitar con seguridad?*)

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación (*¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*)

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

II. INVENTARIO DE SERVICIOS TURISTICOS

1. CATÁLOGO DE HOTELES DE PUERTO VALLARTA

#	Hotel	Dirección	Categoría	Teléfono	Observaciones
1	7 mares	Conchas Chinas	Apartamento- No sujeto a clasificación		
2	Abbey Hotel	Pulpito 138, Col. Emiliano Zapata	4*	(322) 2224488	
3	Adagio	Rivera del Río No. 172	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 222 2592	
4	Aguamarina	David Alfaro Siqueiros Sin número	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2248202	
5	Alejandra (T. CPDO)	Sagitario # 379, Conchas Chinas	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215857	
6	Alta Vista (T. CPDO)	Pulpito 115 Col. Emiliano Zapata	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2224382	
7	Amapas I	Amapas Zona Hotelera	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 22 215 35	
8	Amapas II	Domicilio Conocida	Apartamento- No sujeto a clasificación		
9	Ambassador Suites	Francisco Medina Ascencio, Los Tules Dto 113 15 48330 Puerto Vallarta	4*	322 224 3550	
10	Ana Liz	Francisco I. Madero No. 429 Col. Emiliano Zapata C.P. 48380.	1*	322 222 1757	
11	Azteca	Madero 440. Col. Emiliano Zapata. C.P. 48380	1*	322 222 2750	
12	Barceló La joya de Mismaloya	Carretera Barra De Navidad Km. 11.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2221374	

Destino: PUERTO VALLARTA

13	Barceló Puerto Vallarta	Carr. Barra de Navidad km. 11.5, No. 4900 CP. 48294	5*	(322) 226 0660	
14	Bay View Grand	Paseo De La Marina Norte # 625	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210787	
15	Bed & Pizza Youth hostel	Colombia No. 1415, Colonia 5 de Diciembre	Hostal		
16	Belmar Hotel Galería	Insurgente 161. Col. Emiliano Zapata. CP. 48380 Puerto Vallarta. JAL.	2*	322 222 0572	
17	Bernal	Fco. I. Madero 423. Col Emiliano Zapata. Puerto Vallarta.	1*	322 222 3605	
18	Best Western Plus Suites	Carretera Barra De Navidad Km. 8.5	5*	(322) 2280191	
19	Blue Chairs Resort by the Sea	Malecón 4, Col. Emiliano Zapata	4*	(322) 222 5040	
20	Blue Seas Resort & Spa	Malecón No. 1 Esq. Abedul. Col. Emiliano Zapata. CP. 48380	4*	322 223 1521	
21	Brisas del Mar	Privada Abedul 10. Col. Emiliano Zapata	3*	322 222 1821	
22	Brisas del Pacifico	Italia # 947, Col. Brisas del Pacifico, El Pitillal		(322) 299 4823	
23	Buenaventura Grand Hotel & Spa	Av. México 1301	5*	(322) 226 7000	
24	Cachito	Víctor Iturbe No. 999, San Nicolás	Casa de huéspedes	(322) 299 4053	
25	Canto del Sol Plaza Vallarta	José Clemente Orozco 125	5*	(322) 226 0123	
26	Canto del Sol	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 2.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2240123	
27	Carma	Carretera Barra de Navidad Conchas Chinas	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 221 6047	
28	Cartagena de Indias	Francisco I. Madero No. 428 Col. Emiliano Zapata C.P. 48380.	1*	322 222 6914	
29	Casa Andrea	Francisca Rodríguez # 174	Apartamento- No sujeto	(322) 2221213	

Destino: PUERTO VALLARTA

			a clasificación		
30	Casa Anita Corona del Mar	Carretera A Barra De Navidad # 601	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2220018	
31	Casa Blanca	Basilio Badillo # 32	Bungalows- No sujeto a clasificación	(322) 2220975	
32	Casa Boana Torre Malibu	Amapas # 325	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 222 2898	
33	Casa Claudia	Paraguay 1290, Col 5 de diciembre, Puerto Vallarta	1*	(322) 222- 4400	
34	Casa Corazón	Amapas No. 326, Emiliano	Bed & Breakfast	(322) 222 2738	
35	Casa de Playa (T. CPDO)	Honduras # 98	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2224381	
36	Casa del Puente	Paríán Del Puente Sin Numero	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2220749	
37	Casa del Quetzal	Paseo de los Corales No. 177	No definido	(322) 221 5265	
38	Casa Doña Susana Hotel	Manuel M. Diéguez 171, Col. Emiliano Zapata cp. 48380	4*	(322) 226-7100	
39	Casa Dos Comales	Aldama # 274, Centro	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2232042	
40	Casa Fantasía	Pino Suarez #203, Col. Emiliano Zapata	Suites.	(322) 223-2444	
41	Casa Iguana de Mismaloya	Av. 5 de Mayo 455	4*	322 228 0186	
42	Casa La Vista	Carr. a Barra de Navidad No. 4836	De lujo	(322) 228 0964	
43	Casa las Flores	Santa Bárbara No. 359, Conchas Chinas	Bed & Breakfast	(322) 223 2132	Hotel Gay Friendly
44	Casa Magna Marriott Puerto Vallarta Resort & Spa	Av. Paseo de la Marina Norte 435	Gran Turismo	(322) 226 0000	
45	Casa María Elena (T. CPTO)	Francisca Rodríguez No. 163, Emiliano Zapata	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 222 0113	

Destino: PUERTO VALLARTA

46	Casa Pericos Boutique Hotel	Yelapa	1*	322-111-8280	
47	Casa Velas Hotel & Ocean Club	Pelicanos 311 Fracc. Marina Vallarta, C.P. 48354	Especial	(322) 226 6699	
48	Catedral Vallarta Boutique Hotel	Hidalgo #166, cp. 48300	5*	(322) 222-9033	
49	Claudia	Abedul # 630, Emiliano Zapata	Suites - No sujeto a clasificación	(322) 2224223	
50	Club Ocho cascadas (T. CPDO)	Paseo De La Marina # 205, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 221 1100	
51	Cocorit	Honduras No. 139 - A	Bungalows- No sujeto a clasificación	(322) 223 8348	
52	Comfort Inn Puerto Vallarta	Blvd. Francisco Medina Ascencio No. 3965, cp. 48335	4*	(322) 226-7979	
53	Conchas Chinas (T. CPDO)	Rinconada De Las Ostras # 105	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215189	
54	Contacto Natural Nogalito	Naranjo # 123, Nogalito	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2215419	
55	Copa de Oro (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2232745	
56	Coral	Sierra Aconcagua # 140, Olímpica	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2224074	
57	Costa Casiev	Basilio Badillo # 370	2*	(322) 222 6507	
58	Costa Club Punta Arena	Av. Francisco Medina Ascencio 1737-021 cp. 48333	4*	(322) 222-8248	
59	Costa del Sol	Blvd. Francisco Medina Ascencio 1804 Puerto Vallarta, Jal. C.P. 48310	3*	322 222 2055	
60	Costa Linda	Carretera A Barra de Navidad km 1.5	All Suites	(322) 223 0577	
61	Costa Sur Resort & Spa	Carretera Puerto Vallarta- Barra de Navidad km 4.5 -A	4*	322 226 8051	
62	Crown Paradise Club	Av. Paseo de las Garzas s/n, cp.	5*	(322) 226-6868	

Destino: PUERTO VALLARTA

		48333			
63	Cuatro Vientos	Lázaro Cárdenas # 179, Emiliano Zapata	3*	(322) 2220161	
64	Deck View Puerto Vallarta	Blvd. Francisco Medina Ascencio # 2870 Zona Hotelera Norte	3*	(322) 22 13281	
65	Des Artistes	Bolivia No. 972, Colonia 5 de Diciembre	Hostel- No sujeto a clasificación	(322) 2220513	
66	Dreams Resorts & Spa Puerto Vallarta	Carr a Barra de Navidad km 3.5 S/N	Gran Turismo	(322) 226-5000	
67	Dulce Vida	Aldama # 295 , Centro	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2221008	
68	Dunas (No Familiar)	Antonio Bustamante # 25	Motel de paso	(322) 2212460	
69	El Dorado (T. CPTO)	Amapas Y Pulpito # 156, Emiliano Zapata	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2225022	
70	El León de la Sierra	Carretera a Boca de Tomatlán No. 5534, Col. Mismaloya	Clase económica	(322) 228 01 46	
71	El Malecón	Malecón de la Marina	Condominios- No sujeto a clasificación		
72	El pescador	Francia # 143	Trailer Park	(322) 2222828	
73	El pescador	Paraguay # 117, Esq. Uruguay	3*	(322) 2222169	
74	Eloisa	Lázaro Cárdenas # 179, Col. Emiliano Zapata	3*	(322) 222 6465	
75	Emperador Vallarta Beachfront Hotel & Suites	Amapas #114 C.P. 48380	3*	(322) 222 1767	
76	Encino	Av. Juárez 122, Zona Centro	3*	(322) 222-0051	
77	Eréndira	Naranjo # 195	Clase económica	(322) 2223693	
78	Estancia San Carlos	Constitución 210, Col. Emiliano Zapata. CP. 48380	3*	322 222 6230	
79	Fiesta Americana	Blvd. Francisco Medina Ascencio Km 2.5	Gran Turismo	(322) 226-2100	

Destino: PUERTO VALLARTA

80	Flamingo Vallarta Hotel & Marina	Carretera al Aeropuerto, Km. 6. Puerto Iguanas Código Postal 48314.	4*	(322) 221 0880	
81	Friendly Hola Vallarta	Bvd. Francisco Medina Ascencio 2199, cp. 48333	5*	(322) 226-4600	
82	Garza Blanca Preserve Resort & Spa	Km. 7.5 Carretera a Barra de Navidad, Puerto Vallarta, JAL CP 48326	Especial	(322) 176-0700	
83	Gaviota Vallarta	Fco. I. Madero 176 Col. Emiliano Zapata, Puerto Vallarta	3*	322 222 1500	
84	Girasol Sur (T. CPTO)	Carretera Al Tuito Km. 8.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 228 0209	
85	Golden Crown Paradise	Av. Paseo de las Garzas s/n, cp. 48333	5*	(322) 226-6800	
86	Gran Sol	Carretera a Tepic No. 4300, Col. Villa las Flores	Motel de paso	(322) 22 11 215	
87	Grand Miramar Club & Spa	Paseo de los Corales # 139 Conchas Chinas	1*	01-800-681-9546	
88	Hacienda de Vallarta	Lucerna 103, Col. Versalles	3*	(322) 224-1229	
89	Hacienda de Vallarta Centro	Insurgentes 322, Col. Emiliano Zapata	3*	(322) 222-4540	
90	Hacienda Hotel Spa & Beach Club	Bvd. Francisco Medina Ascencio 2699 Puerto Vallarta, C.P. 48310	4*	322 226 70 16	
91	Hacienda Las Animas	Amapas # 235 Col. Buenos Aires	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 2231447	
92	Hacienda San Ángel	Miramar 336. Col. El Cerro. CP. 48300. Puerto Vallarta	5*	322 222 2692	
93	Hilton Puerto Vallarta Resort	Av. de las Garzas # 136, Zona Hotelera Norte	4*	(322) 176 11 76	
94	Hola Hola Puerto Vallarta Club & Spa	Boulevard Francisco Medina Ascencio, km. 2.5, Zona Hotelera Norte	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 226 4600	
95	Holiday Inn Puerto	Bvd. Francisco M. Ascencio Km.	5*	(322) 2261700	

Destino: PUERTO VALLARTA

	Vallarta	3.5			
96	Holiday Inn Puerto Vallarta	Blvd. Francisco M. Ascencio Km. 3.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2241700	
97	Hortencia	Francisco I. Madero 336 Emiliano Zapata, CP. 48380	2*	322 222 2484	
98	Hotel Casa Cúpula	Callejón de la Igualdad 129, Col. Amapas	5*	322-223-2484	
99	Hotel Casa Isabel Boutique	Privada del Bosque # 483 Col. Alta Vista	Boutique	(322) 222 1451	
100	Hotel El Pescador	Paraguay N. 1117	3*	(322) 176-1100	
101	Hotel Eloisa	Lázaro Cárdenas #179, Col. Emiliano Zapata cp. 48380	3*	(322) 222-6465	
102	Hotel Escuela Cecatur	Guerrero e Hidalgo #300	3*	(322) 222-4910	
103	Hotel Hacienda de Vallarta	Insurgentes #322 Emiliano zapata	3*	322-222-4540	
104	Hotel Jalisco	Av. México No. 245, Mojoneras	1*	(322) 290 1073	
105	Hotel Lindo Mar Resort	Carretera Pto. Vallarta-Barra de Navidad 5, Puerto Vallarta, 48399.	4*	322 221 5511	
106	Hotel Mar Sereno	Km. 15 Carr. Barra De Navidad 48300 Puerto Vallarta	4*	322 228 0879	
107	Hotel Mar y Gelo	Juárez No. 247, El Pitillal	1*		
108	Hotel Marlyn	Av. México 1121. Col. 5 de Diciembre. CP. 48350	3*	322 222 0965	
109	Hotel Mayo: Un paraíso en Cabo Corrientes	Estrella del Mar 45	4*	322 120 62 06	
110	Hotel Mercurio	Fca. Rodríguez #168 Emiliano Zapata	1*	322-222-4793	
111	Hotel Posada de Roger	Basilio Badillo 237 cp. 48380	3*	(322) 222-0836	
112	Hotel Real Fluvial	Prisciliano Sánchez # 625, Col Residencial Albatros	1*	(322) 293 6729	
113	Hotel Río	Morelos 170. Col. Centro. CP.	3*	322 222 0366	

Destino: PUERTO VALLARTA

		48300			
114	Hotel Rosita	Paseo Díaz Ordaz 901	3*	(322) 176-1111	
115	Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta	David Alfaro Siqueiros 164, Zona Hotelera las Glorias	5*	(322) 224 25 84	
116	Hotel Suites Convention Center	Av. Prisciliano Sánchez s/n Fraccionamiento Vallarta No. 500 Edificio 1 - F	3*	(322) 225 9094	
117	Hotel Suites Nadia	Uruguay 127, Col. 5 de diciembre. Puerto Vallarta. JAL.	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 222-5252	
118	Hotel Tropicana Vallarta	Amapas 214, Col Emiliano Zapata. CP. 48380	4*	322 226 9696	
119	Hotel Vallarta Sol	Lucerna 109. Col. Díaz Ordaz. CP. 48310	3*	322 224 2377	
120	Hotel Vallarta Sun	Francisco Rodríguez 169. Col. Emiliano Zapata. CP. 48380	3*	322 223 1523	
121	Hotel Villa Las Flores	Dalias 246, Esquina las Palmas	1*	(322) 221-2365	
122	Hotel Villa Vera Vallarta	Paseo de la Marina Sur 210, Puerto Vallarta 48321.	4*	322 221 1015	
123	Hotelito Desconocido	Carretera Tuito-Carreyes	Especial	01 800 013 1313	
124	Isla Iguana (T. CPTO)	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 7, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210900	
125	Janitzio	Olas Altas # 534, Emiliano Zapata	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2222086	
126	Janitzio	Prolongación Colombia # 1637, Lázaro Cárdenas	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2211043	
127	Kenna	Industrias No. 126, Villa Las Flores	Apartamento- No sujeto a clasificación		
128	Krystal Puerto Vallarta	Av. de las Garzas s/n 30, CP 48333	5*	(322) 226-0700	
129	Krystal Puerto Vallarta	Avenida Las Garzas, Sin Numero	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2240202	

Destino: PUERTO VALLARTA

130	La Cima I (T. CPTO)	En La Zona Hotelera Sur	Condominios- No sujeto a clasificación		
131	La Cima II (T. CPTO)	En La Zona Hotelera Sur	Condominios- No sujeto a clasificación		
132	La Jolla	David Alfaro Siqueiros No. 487, Zona Hotelera Las Glorias	Condominios- No sujeto a clasificación	(329) 295 5360	
133	La Misión	Avenida México # 1367 - A, Colonia 5 De Diciembre	3*	(322) 2224822	
134	La Palapa (T. CPTO)	Amapas Y Pulpito # 124	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2226060	
135	La Siesta	Miramar 689 Col. El Mangal, CP. 48300	3*	322 222 1818	
136	La terminal	Av. Las Palmas No. 193, Col. Parque Las Palmas	Hostel	(322) 29 71490	
137	Lagunita Yelapa	The Hotel Lagunita Yelapa, Jalisco. México	2*	322 209 5056	
138	Land Mark Hotel	Aldama # 297 Col. El Cerro	4*		
139	Las Alamandas Resort	Km 83.5 Carretera Fed 200 Quemaro (Costalegre), Jalisco México 48850	Especial	322-285-5500	
140	Las palmas	Boulevard Francisco Medina Ascencio, Km. 2.5	4*	(322) 226 1220	
141	Lina	Francisco I. Madero No. 376 Col. Emiliano Zapata C.P. 48380.	1*	322 222 1661	
142	Lindo Mar (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 2.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215511	
143	Loma del Mar (T. CPTO)	Rodolfo Gómez # 221, Emiliano Zapata	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2223938	
144	Los Ángeles (No Familiar)	Rio Nilo # 148, Hermosa Provincia	Motel de paso	(322) 2250511	
145	Los Arcos Suites	Manuel M. Diéguez 164 Emiliano Zapata cp. 48380	4*	(322) 226-7100	
146	Los Caracoles (T.)	Avenida Paseo De La Marina Norte	Condominios- No	(322) 2210214	

Destino: PUERTO VALLARTA

	CPTO)	# 535	sujeto a clasificación		
147	Los Grillos (T. CPTO)	Rinconada De Los Caracoles # 404, Conchas Chinas	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2232745	
148	Los Palmares (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 6.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2226213	
149	Los Pinos (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215052	
150	Los Tules Embassador Suites	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 2.5, Zona Hotelera Norte	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2261030	
151	Los Tules Resort (T. CPTO)	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 2.5, Zona Hotelera Norte	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 224 4560	
152	Los Tules Royal Vallarta Pacífico CPTO)	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 2.5, Zona Hotelera Norte	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2261030	
153	Los Tules Villas del Sol	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 2.5, Zona Hotelera Norte	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2261030	
154	Mar del Pacífico	Francisco I. Madero # 327, Emiliano Zapata	Casa de huéspedes	(322) 2225407	
155	Mar Elena	José Clemente Orozco # 500	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2244439	
156	Mar Sereno Hotel & Suites	Carr. Barra De Navidad Km. 1.5	4*	(322) 228 0591	
157	Mar y Sol	Paraguay No. 1065 Col. 5 de diciembre	Clase económica	(322) 225 9426	
158	Marbella (T. CPTO)	Domicilio Conocido	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2225025	
159	Mare Luna	Francisco I Madero 163-A, Col. Emiliano Zapata	2*	(322) 222 0154	
160	María Cortez	Sagitario # 132, Fraccionamiento Conchas Chinas	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2215317	

Destino: PUERTO VALLARTA

161	María Cristina	Independencia # 248, Centro Del Pitillal	1*	(322) 2241882	
162	Marina del Rey (T. CPTO)	Carretera Aeropuerto, Km. 8, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210101	
163	Marina del Sol	Carretera A Tepic # 5340	Motel de paso	(322) 2212630	
164	Marina Golf (T.CPTO.)	Paseo De La Marina # 3, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210701	
165	Marina las Palmas I (T. CPTO)	Avenida Sur Sin Número, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210290	
166	Marina Las Palmas II (T.CPTO.)	Paseo De La Marina Sur Y Ángel	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210220	
167	Marina Sol (T. CPTO)	Mástil # 2, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210590	
168	Marina Suites	Paseo De La Marina # 217, Marina Vallarta	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2212171	
169	Marlyn	Avenida México # 1121, 5 De Diciembre	3*	(322) 2220965	
170	Marsol	Francisca Rodríguez 103 Puerto Vallarta,	3*	322 222 1365	
171	Marriot Casa Magna	Paseo De La Marina H5, Marina Vallarta	Gran Turismo	(322) 221 0004	
172	Matehuala	Av. Politécnico Nacional No. 533, Col Agua Zarca	Clase económica	(322) 299 6597	
173	Mayan Palace Puerto Vallarta	Paseo de la Marina Sur 220. Col. Marina Vallarta CP. 48354	Gran Turismo	(322) 226 6000	
174	Melia Puerto Vallarta	Paseo de la Marina Sur Lote H7 cp.48354	5*	(322) 226-3000	
175	Mercurio	Francisca Rodríguez # 168, Emiliano Zapata	3*	(322) 2224793	
176	Mexican Resort at Los Tules	Blvd. Francisco Medina Ascencio, Int. Los Tules	4*	(322) 224 5425	
177	Mimar	Calle18 de Marzo No. 861, Col. Lomas del Calvario	Casa de huéspedes		

Destino: PUERTO VALLARTA

178	Mocali	Nicaragua 286. Col. 5 de Diciembre. CP. 48350	3*	322 222 4201	
179	Mr. Hotel	5 DE MAYO # 24	1*	(322) 293 2182	
180	Noches de Vallarta	Juárez No. 824, col. Centro	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 223 0053	
181	Oasis Hostel	Av. Libramiento Carretero 222, Benito Juárez	Hostel	(322) 222 2636	
182	Paco Paco Desc. Del sol (No Familiar)	Pino Suarez # 583, Emiliano Zapata	4*	(322) 2225229	
183	Paloma del Mar	Honduras 309. Col. 5 de Diciembre. CP. 48350	3*	322 222 1579	
184	Paraíso I	Ecuador No. 451, Col del Toro	Clase económica	(322) 225 4395	
185	Paraíso II	Gladiola No. 1058 La Floresta	Clase económica	(322) 225 4395	
186	Parasol	Camino A Boca De Tomates # 1300	Motel de paso	(322) 227 9330	
187	Patricia	Palm Spring # 147, Versalles	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2244113	
188	Perlas de la Loma (T. CPTO)	Carretera Mismaloya # 861, Km. 1.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215052	
189	Playa Bonita (T. CPTO)	Malecón Esquina Almendra # 5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2223270	
190	Playa Conchas Chinas	Carretera Barra de Navidad, Km. 2.5. Col Conchas Chinas	4*	322 221 5763	
191	Playa del Sol Howard Johnson	Carr. Pto. Vta. A Barra de Navidad km.4.5	4*	(322) 2268050	
192	Playa Esmeralda (T. PCTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 7.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2280635	
193	Playa Fiesta	Carretera A Barra De Navidad Km. 5	5*	(322) 221 6108	
194	Playa Los Arcos Hotel Beach Resort & Spa	Olas Altas 380 Emiliano Zapata cp. 48380	4*	(322) 226-7100	
195	Playa Yelapa	Domicilio Conocido En Yelapa	2*		

Destino: PUERTO VALLARTA

196	Playas Gemelas (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 8.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2280370	
197	Plaza Dorada (T. CPTO)	Olas Altas # 246	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2230653	
198	Plaza Mar (T. CPTO)	Lázaro Cárdenas # 155	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2223411	
199	Plaza Pelícanos Grand Beach Resort	José Clemente Orozco #131, Zona Hotelera Las Glorias, cp.48330	4*	(322) 226 2700	
200	Porto Alegre	Hidalgo # 119, esq. Agustín Rodríguez, Col. Centro	4*	(322) 222 30 93	
201	Porto Fino Bay View Grand (T. CPTO)	Paseo De La Marina Norte # 655, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2212983	
202	Porto Novo Plaza	Av. México No. 1125, Col 5 de diciembre	3*	(322) 222 2291	
203	Posada Castillo	Francisco I. Madero # 275, Emiliano Zapata	Clase económica	(322) 2231438	
204	Posada de Roger	Basilio Badillo # 237, Emiliano Zapata	3*	(322) 222 0836	
205	Posada Hacienda las Peñas	Puerto Rico # 1579, Lázaro Cárdenas	Casa de huéspedes	(322) 2232706	
206	Posada Hotel Iris	Lázaro Cárdenas No. 520	2*	(322) 223 9695	
207	Posada Hugo's	Insurgentes No. 292, Emiliano Zapata	Clase económica	(322) 223 9834	
208	Posada Libramiento	Rio Grande # 230	Clase económica	(322) 223 1437	
209	Posada Lili	Basilio Badillo # 109	Casa de huéspedes	(322) 2220032	
210	Posada Montes de Oca	Bolivia # 1417	Casa de huéspedes	(322) 2230538	
211	Presidente Intercontinental Puerto Vallarta	Carr. Barra de Navidad 2394, cp. 48390	5*	322 228-0191	
212	Puerto de Luna Suites	Blvd Francisco Medina Ascencio	4*	322 225 0480	
213	Puerto Iguana Villas (T.	Boulevard Francisco Medina	Condominios- No	(322) 2210401	

Destino: PUERTO VALLARTA

	CPTO)	Ascencio Km. 6.5	sujeto a clasificación		
214	Puerto Vallarta Beach Club	Calle Santa Bárbara 428	Especial	(322) 222-5353	
215	Puesta de Sol Club (T. CPTO)	Avenida De La Marina Sin Número, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210262	
216	Puesta de Sol (T. CPTO)	Ortiz De Domínguez # 323	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2220015	
217	Punta Iguana (T. CPTO)	Boulevard Francisco Medina Ascencio Km. 6.5, Marina	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210159	
218	Punta Negra (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad, Km. 6.1	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2225612	
219	Quinta Esmeralda	Paseo De La Marina # 540	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2213032	
220	Quinta Esmeralda (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 6.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215673	
221	Rosita	Paseo Díaz Ordaz # 901, Centro	3*	(322) 223 2000	
222	San Marino Plaza	Rodolfo Gómez #111 Col. Emiliano Zapata	4*	322 222 30 50	
223	Selva Romántica	Francisca Rodríguez # 203	Bungalows- No sujeto a clasificación	(322) 2220113	
224	Shangri- La	Paseo de la Marina s/n, Marina Vallarta	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 221 0816	
225	Sheraton Buganvillas Resort & Convention Center	Boulevard Francisco Medina Ascencio 999	Gran Turismo	(322) 226-0404	
226	Sierra del Mar (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 7	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2280498	
227	Solamar (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 4.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2215860	
228	Suites del Sol	Francia No. 100 Col. Versalles. CP. 48310	3*	322 224 2213	
229	Suites Mar Elena	José Clemente Orozco #503 Zona Hotelera las Glorias C.P. 48310	4*	322 224 4439	

Destino: PUERTO VALLARTA

Puerto Vallarta					
230	Suites Plaza del Rio	Calle Hidalgo 116, Zona Centro	3*	(322) 222-0051	
231	Suites Salinas	Carr. Barra de Navidad km 3.5	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 221 5572	
232	Sunset Plaza Beach Resort & Spa	Diego Rivera 121	Gran Turismo	(322) 226-2757	
233	Tacho's	Carretera El Pitillal, Frente Aramara	Trailer Park	(322) 2242163	
234	Tahawi Country Spa	Camino a las Gallinas # 1682, Atequiza Ixtlahuacán de los membrillos	5*	3559 9462	
235	Tele Hotel Vallarta	Canarios # 7, Villa Las Flores	Clase económica	(322) 2223691	
236	Tere	Basilio Badillo No. 316, Emiliano Zapata	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 222 1672	
237	Terraza Inn	Amapas 299. Puerto Vallarta, Jalisco 48380	3*	322 223 5431	
238	The Palace	Politécnico Nacional No 529 Col. Agua Zarca	Clase económica	(322) 299 2047	
239	The Westin Regina Puerto Vallarta	Paseo de la Marina Sur No. 205, Col. Marina Vallarta, cp. 48354	Gran Turismo	(322) 226-1100	
240	Tropicana	Amapas No. 214, Emiliano Zapata	4*	(322) 2220912	
241	Tukari	Av. España No. 316, Col. Versalles	Casa- No sujeto a clasificación		
242	Tulipanes	Panamá 272, Col. 5 de diciembre. Puerto Vallarta	2*	(322) 223-4128	
243	Vallarta	Columbia 1650	Clase económica	(322) 222-3691	
244	Vallarta Cora (No Familiar)	Pilitas # 174 , Emiliano Zapata	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2226058	
245	Vallarta Shores	Malecón # 400, Centro	4*		
246	Vallarta Sol	Lucerna # 109 Y Niza, Díaz Ordaz	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2241622	

Destino: PUERTO VALLARTA

247	Vallarta Sun	Francisca Rodríguez # 169, Emiliano Zapata	4*	(322) 2231523	
248	Vallarta Sun Hostel	Francisca Rodríguez No. 169	Hostel	(322) 22 315 23	
249	Vallarta Sun Suites	Rodolfo Gómez # 169, Emiliano Zapata	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2221626	
250	Vallarta Torre Vacation Internationale	Apdo. Postal 4-22, Paseo de las Garzas #168	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 222 3691	
251	VAMAR Vallarta	Av. Paseo de la Marina Sur s/n Esq. Vela	4*	(322) 221 1177	
252	Velas Vallarta Suite Resort & Convention Center	Av. Costera S/N, LH2, Fracc. Marina Vallarta	Gran Turismo	01 800 823 8809	
253	Villa Banderas (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 2.5	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2230569	
254	Villa Bella Vista	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.6	Apartamento- No sujeto a clasificación		
255	Villa Blanca (T, CPTO)	Amapas # 349	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2226190	
256	Villa de Guadalupe	Cuba # 310, Villa De Guadalupe	Clase económica	(322) 2244550	
257	Villa del Macuaz (T. CPTO)	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.2	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2230055	
258	Villa del Mar	Francisco I. Madero # 440, Emiliano Zapata	1*	(322) 2220785	
259	Villa Del Mar O Golf (T.CPTO.)	Marina Vallarta # 664	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210228	
260	Villa del Palmar Beach Resort & Spa	Blvd Francisco Medina Ascencio Km 2.5, cp. 48300	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 226-8100	
261	Villa Estrella del Mar	Santa Bárbara No. 440, Conchas Chinas	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 222 0448	
262	Villa Explendora	Carretera Barra de Navidad No. 4600 Conchas Chinas (322) 221 6399	Casa- No sujeto a clasificación	(322) 221 6399	

Destino: PUERTO VALLARTA

263	Villa Las Flores	Dalias No. 246, Villa Las Flores	Clase económica	(322) 221 2365	
264	Villa Loma Linda (T. CPTO)	Las Hortencias # 37	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2232591	
265	Villa Marea Alta	Sagitario No. 123 - 1 Conchas Chinas	Casa- No sujeto a clasificación		
266	Villa Mercedes	Amapa 175, Col Emiliano Zapata	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 223-4543	
267	Villa Premiere Hotel & Spa	Calle San Salvador 117	5*	(322) 226 7040	
268	Villa Vera Puerto Vallarta	Paseo De La Marina Sur # 210, Marina Vallarta	4*	(322) 2211015	
269	Villa Verano	Calle Santa Bárbara 430	Especial	(322) 222-1916	
270	Villa Savana	Hortencias 161, Col. Alta Vista	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 222 6433	
271	Villas Altas Garza Blanca	Carretera A Barra De Navidad Km. 7	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 2230338	
272	Villas de la Colina II	Domicilio conocido	Condominios- No sujeto a clasificación		
273	Villas Del Country (T.CPTO)	Pelicanos Esquina Las Garzas	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2210066	
274	Villas Las Palmeras	Callejón Igualdad # 214	1*	(322) 2220044	
275	Villas Mar Vallarta	Carretera A Barra De Navidad Km. 11.5	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2280585	
276	Villas Marea Baja	Sagitario No. 123, Conchas Chinas	Casa- No sujeto a clasificación		
277	Villas Mediterráneo (T.CPDO.)	Hortencia Sur Sin Numero	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2220807	
278	Villas Santa Bárbara (T.CPTO.)	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.2	Condominios- No sujeto a clasificación		
279	Villas Tizoc	Carretera A Barra De Navidad Km. 1.2	Apartamento- No sujeto a clasificación	(322) 2221570	

Destino: PUERTO VALLARTA

280	Villas Vallarta By Canto del sol	Pablo Picasso s/n, Zona Hotelera Norte, Puerto Vallarta	4*	322 226 0123	
281	Villas Vista del Sol (T. CPTO)	Aquiles Serdán # 174, Emiliano Zapata	Condominios- No sujeto a clasificación	(322) 2224397	
282	Vista Pacífico	Miramar No.477	Suites- No sujeto a clasificación	(322) 222 5232	
283	Yazmin	Basilio Badillo 168. Col. Emiliano Zapato. CP. 48380	2*	(322) 222-0087	

2. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

#	Establecimiento	Dirección y Tel.	Categoría y tipo de alimento	Observaciones
1	100% Natural Restaurante	Fco. Medina Ascencio 1630	Restaurante / Vegetariano	
2	8 Tostadas Estadio	Rio Guayaquil 413, Zona Hotelera Calle Estadio	Restaurante-Bar / Mariscos	
3	8 Tostadas Marina	Quilla Esquina Proa Local 28 y 29 Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Mariscos	
4	8 Tostadas Versalles	Niza 134, (Colonia Versalles)	Restaurante / Mariscos	
5	Abadia	Basilio Badillo 252 esq. I. L. Vallarta (322) 222-6720	Cafetería Gourmet	
6	Abbey	Pulpito 138 Col. Emiliano Zapata (322) 22 2 44 88	Restaurante-Bar	
7	Acuabar	Pelicano # 311, Marina Vta. (Int. Hotel Casa Velas) (322) 24 1 08 01	Bar / Snack	
8	Adriana's Place	Olas altas 509, Zona Romántica (322) 112 86 57	Restaurante / Americano	
9	Aerococina S.A de C.V	Anexo Aeropuerto Internacional (322) 221 18 80	Snack	
10	Agave Grill	Morelos 589, Centro (322) 22 2 2000	Restaurante / Alta Cocina Mexicana	
11	Ah Caramba	Ecuador 1071, Col. 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Internacional-Mariscos	
12	Aires del Mar	Fco. Medina A Km 2.5 (Int. Las Palmas By The Sea) (322) 22 6 12 20	Restaurante / Internacional	
13	Akira Sushi Bar	Basilio Badillo 370 (322) 223 5483	Restaurante / Oriental	
14	Al Fresco	Popa y Quilla S/N L 13A y B Cond Marina Del Rey	Restaurante-Bar / Mediterráneo	
15	Al Fresco Trattoria	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322) 24 6 04 04	Restaurante / Italiano	
16	Al natural	Local L2 Nueva Sección, Plaza Caracol,	Restaurante / Deli	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Zona Hotelera (322) 22 4 26 15		
17	Alaska's Diner	Lázaro Cárdenas 51, Emiliano Zapata 044 322 137 47 81	Restaurante / Internacional	
18	Alberca	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322) 22 6 06 60	Bar	
19	Alejandros	Amapas # 380, Emiliano Zap. (Int. Club Meza Del Mar)	Restaurante-Bar / Internacional	
20	Alfredo Di Roma	Carret. B De Navidad Km 8.5 (Int. Pte. Intercontinental) (322) 23 8 01 91	Restaurante / Italiano	
21	Afredos	Fco. Medina Ascencio Km 1.5 (Int. Hotel Getaway) (322) 23 6 33 00	Restaurante / Italiano	
22	Alta Mar Cevichería	Sn Salvador 199. Col. 5 de Diciembre. (322) 222-2950	Restaurante / Mariscos	
23	Altura	P De La Marina # 210 (Int. Ht Villa Vera)	Restaurante-Bar / Mexicano	
24	Ándale	Olas Altas 425, Col. E. Zapata (Int. Hotel Ándale) (322) 22 2 10 54	Bar / Internacional	
25	Andrea	Av. Paseo De La Marina Nte. # 585 (Int. Ht Velas Vta) (322) 22 6 95 00	Restaurante / Internacional	
26	Angelo's	Rodolfo Gómez 158, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar/ Italiano	
27	Anónimo	Rodolfo Gómez #157, Emiliano Zapata	Bar	
28	Antojitos del Mar	Juárez 937, Col. Centro (322) 22 2 34 08	Fonda / Mexicana	
29	Antropology	Morelos 101, Plaza Rio, Centro (322) 15 6 87 35	Bar	
30	Apaches	Olas Altas 439, Col. E. Zapata (322) 22 2 52 35	Bar	
31	Aqua Bar	P De La Marina Nte. # 585 (Int. Hotel Velas Vallarta) (322) 22 6 95 00	Bar	
32	Aqua Bar Sección 1	Diego Rivera # 120 (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322) 24 6 27 00	Bar	
33	Aqua Bar Sección 2	Diego Rivera # 120 (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322) 25 6 27 00	Bar	
34	Aqua Bar Sección 3	Diego Rivera # 120 (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322) 26 6 27 00	Bar	
35	Aralias Grill	Paseo Del Marlyn 237-C Las Aralias 10 -	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

		D (322) 22 5 18 28		
36	Archie's Wok	Francisco Rodríguez 130 Zona Romántica (322) 22 2 04 11	Restaurante / Asiático	
37	Arrachera House	Galerías Vallarta Local 304 (322) 209-0461	Restaurante / Mexicano	
38	Arrecifes	Int. Hotel Westin Regina, Marina Vallarta	Restaurante / Mediterráneo	
39	Arthurs	Fco. Medina Ascencio Km 1.5 (Int. Hotel Getaway) (322) 25 6 33 00	Bar / Snack	
40	Asadero los Jardines	Francisco Villa 895, Col. Versalles	Restaurante-Bar / Carnes	
41	Asaderos	Basilio Badillo 223 Zona Romántica (322) 22 2 19 55	Restaurante / Carnes	
42	Azulejos	Paseo De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Hotel Melia Vta) (322) 26 6 30 00	Restaurante / Internacional	
43	Back Alley Steakhouse Lounge	Francisco I Madero 225, Col Emiliano Zapata (322) 22 3 35 60	Restaurante / Carnes	
44	Bagotti	Albatros 420, Marina Vallarta (322) 20 9 21 93	Restaurante / Italiano	
45	Bakal	Paseo De La Marina Sur # 220, Marina Vallarta (Int. Hotel Mayan Palace) (322) 22 6 60 00	Restaurante / Internacional	
46	Balche	Paseo De La Marina Sur # 220 (Int. Hotel Mayan Palace) (322) 24 6 60 11	Bar / Snack	
47	Bamboo	Francisco Medina Ascencio # 2920 L 307 Int. Plaza Galerías (322) 20 9 20 38	Restaurante / Chino	
48	Bamboo Express	Blvd. Plaza Caracol Local 13 L (322) 22 4 61 35	Restaurante / Chino	
49	Banana Cantina	Amapas 147, Esq. Pulpito Altos, E. Zapata Zona Romántica	Restaurante / Mexicano	
50	Bar	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 26 6 68 00	Bar	
51	Bar	San Salvador # 117 (Int. Villa Premiere Hotel & Spa) (322) 25 6 70 40	Bar	
52	Bar	Carret Al Apto Km 6 (Int. Hotel Flamingo Vta)	Restaurante-Bar / Mexicano	

Destino: PUERTO VALLARTA

53	Bar Agave del Hotel Rosita	Paseo Díaz Ordaz 901, Centro	Restaurante-Bar / Mexicano	
54	Bar Imperial	San Salvador 1262 Alto Col. 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Vinos y licores	
55	Bar Lounge	Malecón número 1 Col Emiliano Zapata (Interior Blue Seas) (322) 29 3 20 66	Bar	
56	Barbacoa de Borrego	Lázaro Cárdenas 175, El Pitillal (322) 22476 70	Taquería	
57	Barcelona Tapas	Matamoros Esq. 31 De Octubre, Col. Centro	Restaurante-Bar / Español	
58	Bardita	P De La Marina Sur S/N (Int. Hotel Embarcadero Pacifico) (322) 25 1 11 77	Bar	
59	Barra Light	Plaza Neptuno Local D8 (322) 209-0395	Bar	
60	Barracuda	Carret. Barra De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht Dreams Pto Vta) (322) 26 6 50 00	Bar	
61	Barrio Sur	Pulpito 122, Col. E. Zapata Zona Romántica	Restaurante-Bar / Latino	
62	Baskin Robbins	Morelos 416, Centro (322) 22 2 17 90	Fuente de Sodas	
63	Baskin Robbins	Francisco Medina Ascencio # 2920 Int. Plaza Galerías (322) 2210594	Nevería	
64	Beach Clun	Pelicano # 311, Marina Vta. (Int. Hotel Casa Velas) (322) 25 1 08 01	Bar / Snack	
65	Bebotero	Paseo Díaz Ordaz 565, Malecón (322) 11 3 00 99	Bar	
66	Bella Vista	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 24 6 68 00	Restaurante / Internacional	
67	Benja,,s	Brasil 1345	Restaurante-Bar/ Mariscos	
68	Benedettis Pizza	Av. Paseo De La Marina Sur S/N, Marina Vallarta (322) 20 9 09 09	Pizzería	
69	Benitto's	Plaza Neptuno Local F7, Marina Vallarta (322) 20 9 02 87	Restaurante / Deli	
70	Bernys	Av. Fluvial Vallarta 231	Restaurante / Comida rápida	
71	Beto's	Brasil 203-A El Pitillal	Restaurante / Mariscos	
72	Bianco	Insurgentes 190 (322) 2222748	Restaurante / Gourmet	

Destino: PUERTO VALLARTA

73	Bikini	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Col.Fiesta Americana (322) 25 4 20 10	Bar	
74	Bistro Balsamar	Basilio Badillo #223 Emiliano Zapata (322) 223 5709	Restaurante / Mexicano	
75	Birriería Jaramillo	Av. México 1284 (322) 22 2 09 84	Fonda / Mexicana	
76	Blanca Blue	Km. 7.5 Carr. a Mismaloya, dentro de Garza Blanca Puerto Vallarta (322) 176 0700	Bar	
77	Blanco y Negro	Lucerna Y Niza, Col. Versalles (322) 29 3 25 56	Bar	
78	Blue Shrimp	(322) 222-7660	Restaurante / Internacional	
79	Bob's Place	Aquiles Serdán 194, Col. E. Zapata (322)22 3 39 51	Restaurante / Internacional	
80	Boca Bento	Basilio Badillo 180, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Fusión	
81	Boccon di Vino	Basilio Badillo 317-A (322) 102-8557	Restaurante / Italiano	
82	Bombo's	Corona 327, Col. Centro (322) 22 2 51 64	Restaurante / Internacional	
83	Bonguitos	Int Apto Internacional De Pto. Vallarta Local 145	Restaurante-Bar / Cubano	
84	Bounte	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 27 6 68 68	Bar	
85	Brando,,s	Popa S/N Local 10 y 11, Marina Del Rey	Restaurante-Bar / Internacional-Mexicana	
86	Brasil Steak House	Mástil Local 1 Condominios Marina Sol (322) 2222909	Restaurante /Carnes	
87	Brasil Steak House	Venustiano Carranza, 210 Col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Carnes	
88	Bris	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 25 6 68 00	Bar / Sushi	
89	Bubba Gump	Paseo Díaz Ordaz 726 Col. Centro	Restaurante-Bar / Mariscos	
90	Buenísimo Gelato Italiano	Plaza Península (322) 29 7 11 84	Fuente de Sodas / Italiana	

Destino: PUERTO VALLARTA

91	Burguer King	Av. Fco. Medina Ascencio 2022 A (322) 22 5 99 07	Restaurante / Comida rápida	
92	Burguer King	Av. Los Tules 178 Local 10 L (322) 22 1 515 06	Restaurante / Comida rápida	
93	Burritas Versalles	Calle Milán Esq. Francia S/N (322) 22 5 50 10	Taquería / Mexicana	
94	Burros Bar	Lázaro Cárdenas Esq. Olas Altas (322) 2266856	Bar	
95	Ca'Merlot	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1989 (322) 222-3344	Restaurante / Mexicano	
96	Café Bohemio	Rodolfo Gómez 127, Col. E. Zapata (322) 22 3 46 76	Restaurante / Internacional	
97	Café Bolero	Isla Rio Cuale Local 31, Col. Emiliano Zapata	Cafetería	
98	Café Café	Plaza Caracol Local 6 -24 (322) 22 4 17 76	Café / Comida Rápida	
99	Café Calypso	Av. Fco. Medina Ascencio 1939 Local 3 (322) 29 3 61 00	Ciber-café / Comida rápida	
100	Café Candela	Guerrero 311, Esq. Matamoros Centro	Restaurante	
101	Café Canela	Lucerna 107 Col. Versalles (322)29 3 54 23	Cafetería	
102	Café Catedral	Basilio Badillo 317-A	Restaurante-Bar / Internacional	
103	Café Chapultepec	Fco. Medina Ascencio (Int. Ht Los Tules)	Restaurante-Bar / Internacional	
104	Café de Olla	Basilio Badillo 168, Col. Emiliano Zapata	Restaurante / Mexicano	
105	Café Des Artistes Bistro Gourmet	Guadalupe Sánchez 740, Col. Centro	Restaurante-Bar / Avant Garde	
106	Café Due	Plaza Las Glorias (322)22 4 65 67	Café / Italiano	
107	Café Frankfurt	Basilio Badillo 300 (322) 2223403	Restaurante / Internacional	
108	Café Gourmet	Condominio Marina Golf, Paseo De La Marina No. 3 L 4 (322)209 19 28	Cafetería	
109	Café Italia	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1784	Restaurante-Bar / Mediterráneo	
110	Café Marina	P De La Marina Sur S/N (Int. Htl Embarcadero Pacifico) (322)23 1 11 77	Cafetería	

Destino: PUERTO VALLARTA

111	Café Roma	Encino 287, 2do. Piso Centro (322) 22 2 73 78	Café / Italiano	
112	Café San Ángel	Olas Altas Esq. Francisca Rodríguez, Col. E. Zapata (322) 22 3 12 73	Cafetería	
113	Café Santo Domingo	Mar Caribe 13 Palmar de Aramara (322)22 3 33 48	Cafetería	
114	Café Tacuba	Cond. Las Palmas Local 9, Marina Vallarta (322) 22 1 28 08	Café / Internacional	
115	Café Tizoc	Olas Altas 474, Col.E. Zapata (322)22 3 25 54	Café / Mexicano	
116	Café Villalinda	Blvd. Fco. Medina A Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta) (322) 22 4 44 46	Restaurante / Internacional	
117	Cafinos Coffe	Plaza Caracol Local 6-26 (322) 22 2 41 63	Café / Desayuno	
118	Caio Tres	Morelos 726, Centro (322) 22 2 67 90	Restaurante / Internacional	
119	Calamar Aventurero	Aquiles Serdán 130, Col. E. Zapata (322) 22 2 64 79	Restaurante / Mexicano	
120	Caña Brava	Carret. B De Navidad Km 8.5 (Int. Pte. Intercontinental) (322) 25 8 01 91	Bar / Snack	
121	Candy	Perú # 1099 Col. 5 De Diciembre (322)22 2 74 44	Pastelería / Internacional	
122	Candy´s Gilrs	Blvd. Francisco Medina Ascencio 2940- A, Marina Vta (322) 22 1 06 33	Table Dance	
123	Cantaros	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol)	Restaurante-Bar / Internacional	
124	Capers	David Alfaro Siqueiros # 164 (interior del Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta) (322) 224 25 84	Restaurante-Bar	
125	Capri	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322)28 6 06 60	Restaurante / Italiano	
126	Caracol	Paseo De La Marina Sur S/N Marina Vallarta (322) 22 1 11 77	Restaurante	

Destino: PUERTO VALLARTA

127	Caracoles	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1737 (Interior Costa Club Punta Arena)	Restaurante-Bar / Internacional	
128	Carls Jr.	Av. Fco. Ascencio 7968 Col. Villa Las Flores (322) 22 1 36 87	Restaurante / Comida rápida	
129	Carls Jr.	Interior Aeropuerto Local 1 (322) 22 1 37 90	Restaurante / Comida rápida	
130	Carnes Asadas de Vallarta	Libramiento 261, Local B (Frente Semáforo Remance (322) 22 2 97 59	Restaurante / Carnes	
131	Carnes Asadas Guadalupe Rubio	San Salvador # 315 Col 5 De Diciembre (322) 22 33 98	Fonda / Mexicana	
132	Carnitas El atrancon	Col. Versalles Esquina Francia (322)29 0 10 88	Taquería / Mexicana	
133	Carnitas El Pitillal	Lázaro Cárdenas 175, El Pitillal (322) 22 4 76 70	Taquería	
134	Carnival	David Alfaro Siqueiros # 164 (interior del Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta)(322) 224 25 84	Restaurante-Bar	
135	Casa Blakes Vallarta	Fco. Medina Ascencio Plaza Las Glorias	Restaurante-Bar / Canadiense-Mexicano	
136	Casa Cofradía	Paseo Díaz Ordaz 920 Centro (322)22 22 2 50	Taquería	
137	Casa Isabel Madison South	Cerrada del Bosque 483 (322) 222-1451	Restaurante / Internacional	
138	Casa Naranjo	Francisco Medina Ascencio 1630	Restaurante	
139	Cascadas	Blvd. Fco. Medina A # 2699 (Int. Hacienda Hotel & Spa)	Restaurante / Mediterráneo	
140	Castaways	David Alfaro Siqueiros # 164 (interior del Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta) (322) 224 25 84	Restaurante-Bar	
141	Cava cinco	Paseo Díaz Ordaz 920 1-D, Centro (322) 22 3 28 03	Bar	
142	Cecatur	Hidalgo Esq. Guerrero (Int. Hotel Escuela Cecatur)	Restaurante / Mexicano	
143	Cemita Los Angeles	Genero Padilla 140, Local B3 Pitillal	Cemitas Poblanas	
144	Cenaduría Anita	Lázaro Cárdenas 378, Col. E. Zapata	Fonda / Mexicana	

Destino: PUERTO VALLARTA

		(322) 22 2 52 84		
145	Cesare	Av. México 1208 Col. 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Mexicano	
146	Ceviche	Francisco Medina Ascencio 1737 (Int. Ht Punta Arena) (322) 24 2 56 56	Bar / Snack	
147	Chaa Dumont	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol) (322) 25 4 01 23	Restaurante / Francés	
148	Champions	Paseo De La Marina # 5 (Int. Hotel Marriott Casa Magna) (322) 22 6 00 00	Sport Bar / Americano	
149	Chappy's Sports Bar	Ancla esquina Malecón Cond. Club de Tenis Puesta de Sol, Local 1, Marina Vallarta (322) 20 9 08 37	Restaurante / Americano	
150	Cherry Seven	Uruguay 109, Col. 5 de Diciembre B4-N (322) 223-9417	Restaurante / Mexicano	
151	Chesse Cake	Calle Francia 137 Col. Versalles (322) 22 5 55 50	Pastelería	
152	Chez Elena	Matamoros 520, Col. Centro (322) 22 2 01 61	Restaurante / Internacional	
153	Chez Sabor	Josefa Ortiz De Domínguez 128 Col. Centro	Restaurante / Mexicano	
154	Chico's Paradise	KM. 2 Rio Arriba Mismaloya	Restaurante	
155	Chiles	Pulpito 122, Col. E. Zapata (322) 22 3 03 73	Restaurante / Americano	
156	Chilis	Local 10-61, Plaza Península Zona Hotelera (322) 22 1 13 85	Restaurante / Texano-Mexicano	
157	Chilis	Av. Francisco Medina Ascencio #2920 local 295, Plaza Galerías	Restaurante / Texano-Mexicano	
158	Chilos	Av. Francisco Villa 1404, Los Sauces	Restaurante / Mariscos	
159	China Town	Plza. Caracol Planta Alta	Restaurante / Chino	
160	Chino's Paradise	Rivera Rio Mismaloya Km. 2 Mismaloya (322) 22 5 52 71	Restaurante / Mariscos	
161	Choco Banana	Amapas 147, Zona Romántica	Restaurante / Mexicano	
162	Chocolates artesanales Xocodiva	Rodolfo Gómez #118, Emiliano Zapata 322-113-0352	Chocolatería	
163	Christine	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh	Disco	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Krystal Vallarta (322) 22 6 07 37		
164	Chuky chesse	Plaza Marina Local A-12, Marina Vallarta (322) 20 9 21 21	Pizzería	
165	Chula Vista	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Col.Fiesta Americana (322) 23 4 20 10	Restaurante / Internacional	
166	Church´s chicken	Plaza Caracol Local L-6	Restaurante / Pollo	
167	Church´s chicken	Crucero Las Juntas	Restaurante / Pollo	
168	Cilantro´s	Abasolo 169, Col. Centro	Restaurante-Bar / Internacional	
169	Citrus Ocean	Morelos 849, Col. Centro (322) 22 3 94 00	Restaurante / Internacional	
170	Clandestino Galería Bar	Honduras 126, Col. 5 De Diciembre (322) 1800713	Bar	
171	Club de Playa	Av. México 1301 (Int. Hotel Buenaventura) (322) 24 6 70 00	Bar	
172	Club de Playa	Blvd. Fco. Medina Ascencio # 2699 (Int. Hnda Ht & Spa) (322) 23 6 66 67	Bar / Snack	
173	Club Nitro	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 27 6 68 00	Disco	
174	Club Paco Paco	Ignacio L. Vallarta 278, Col. E. Zapata (322) 22 2 18 99	Bar	
175	Coco Loco	Fco. Medina A Km 2.5 (Int. Las Palmas By The Sea) (322) 24 6 12 20	Bar	
176	Coco Loco	Ignacio L. Vallarta 237, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Internacional	
177	Coco Tropical	Basilio Badillo 101 y olas altas, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Internacional	
178	Coco´s Kitchen	Pulpito 122, Zona Romántica (322) 22 3 03 73	Restaurante / Desayunos	
179	Coexist Café	Libertad 162, (Int. Hotel Rio) Col. Centro (322) 22 2 03 66	Restaurante / Internacional	
180	Coffeebook & Tea Room	Plaza Neptuno local C 11 y 12, (322) 209-0050	Cafetería / Deli	
181	Coffe Break	Av. México 1222 Col. Centro (322) 22 2 53 80	Ciber café / Baguettes	
182	Coffe Cup	Paseo De La Marina Local 14-A Puesta	Ciber café / Gourmet	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Del Sol, M Vta (322) 22 1 25 17		
183	Coffe Time	Local E 29 Plaza Marina	Cafetería	
184	Coffee Cup	Rodolfo Gómez 146, Col. E. Zapata	Cafetería	
185	Collage	Proa S/N Marina Vallarta (322) 22 1 05 05	Disco	
186	Coma 7	Plaza Península, Planta Alta	Restaurante	
187	Como Pizza	Ignacio L. Vallarta 279, Col. E. Zapata (322) 22 2 32 72	Taquería	
188	Conjunto de Desarrollo Briasol	Blvd. Fco. Medina Ascencio Km 3 Local 1 y 2 (322) 22 6 14 00	Café Deli	
189	Cote Sud	Francisca Rguez. 155, Altos. Col. E. Zapata	Restaurante / Internacional	
190	Country Side	Carretera a las palmas km.78 (322) 145-6786	Restaurante / Mexicano	
191	Crazy Crab	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh Krystal Vallarta (322) 22 6 07 37	Bar / Snack	
192	Cuates y Cuetes	Francisca Rguez. 101, Col. E. Zapata (322) 22 3 27 24	Restaurante / Internacional	
193	Cuccina	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Int. Hotel Villa Del Mar)	Restaurante / Mediterráneo	
194	Cuetos	Brasilia 469, Col. 5 de Diciembre	Restaurante-Bar / Mariscos	
195	D'fever Café	Lázaro Cárdenas 155-2	Restaurante-Bar / Americana-Mexicana	
196	D'larios	Josefa Ortiz De Domínguez 183 Col. Centro (322) 2210755	Bar	
197	Daiquiri Dick's	Olas Altas 314, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Internacional	
198	Danny yo	Plaza Caracol Local LI	Fuente de Sodas / Nieves	
199	Dante Ristorante	Timón local 20, Marina Vallarta A4-F (322) 209-0484	Restaurante / Italiano	
200	Dd Suchi	Libertad 282-A centro	Restaurante / Japonés	
201	De los Arcos	Zaragoza 101, Col. Centro (322) 2231660	Taquería	
202	De Santos	Morelos 771, Col. Centro	Restaurante-Bar / Mediterráneo	

Destino: PUERTO VALLARTA

203	Dee's Coffe Company	Rodolfo Gómez 120, Col. Emiliano Zapata	Cafetería / Americana	
204	Deli	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Int. Hotel Villa Del Mar) (322) 2540635	Fuente de Sodas	
205	Deli Baguette	Km. 1.5 Carr. A Mismaloya, Conchas Chinas (322) 2215642	Restaurante / Deli	
206	Deli Moon	Blvd. Fco. Medina A #2500 (Int. Ht Puerto de Luna)	Restaurante / Snack-Mexicano	
207	Desires	Carret. B. de Navidad Km. 2.5 (Int. Hotel Dreams Pto. Vallarta) (322) 2765000	Sport Bar	
208	Dianita	Francisco I. Madero 243, (322) 429-7932	Restaurante / Mexicano	
209	Die Tasse.at Austria Café	31 de Octubre 85, Centro (322) 222-8991	Cafetería / Deli	
210	Disco Bar Desires	David Alfaro Siqueiros #164 (interior del hotel Secrets & Now Pto. Vallarta) (322) 224 2584	Disco	
211	Divas	Madero 388, Col. E. Zapata (322) 2210118	Bar	
212	Dolce Vita	Paseo Díaz Ordaz #674, Col. Centro (322) 22 2 38 52 01	Restaurante / Italiano	
213	Dolphy	Av. Fco. Medina Ascencio Local I-18 (322) 2247377	Fuente de sodas / Helados	
214	Dolphy	Av. Fco. Medina Ascencio Local G-15 Plaza Caracol (322) 2934942	Fuente de sodas / Helados	
215	Dolphy	Plaza Península Blvd. Fco Medina Ascencio 2485 (322) 2211881	Fuente de sodas / Helados	
216	Domino's Pizza	Crucero Las Juntas- Ixtapa	Pizzería	
217	Domino's Pizza	Fco. Medina Ascencio 2180 Local L1	Pizzería	
218	Don Guacamole	: Emiliano Zapata C4-M (322) 222-7911	Restaurante / Mexicano	
219	Don Quijote	Carret. Barra de Navidad Km. 11.5 (Int. Barceló La Joya)	Restaurante / Mariscos	
220	Doña Celia	Lázaro Cárdenas 506, Col. E. Zapata	Restaurante / Cenaduría	
221	Doña Clemen	Av. México 1074, Centro (322) 2220297	Restaurante / Cenaduría	

Destino: PUERTO VALLARTA

222	Doña Lupe	Prisciliano Sánchez 322 1519141	(322) Fonda / Mariscos y Tacos	
223	Doña Raquel	Leona Vicario 131 Col. Centro	2223025 Restaurante / Cenaduría	
224	Doña Salud	Berlín 122, col. Versalles	Restaurante / Cenaduría	
225	Don Roberto	Paseo Díaz Ordaz 176 Col. Centro	Restaurante / vinos - licores	
226	Dragón Chino	31 de Octubre 130 (322)2221179	Restaurante / Chino	
227	Dragón Rojo	Insurgentes 323 Zona Romántica	(322) 2229630 Restaurante / Chino	
228	Dr. Tomate Experto en Cruda	Av. Fco Medina Ascencio Km. 2.5	Café / Mexicano	
229	Dunas	Fco. Medina Ascencio Km. 1.5 (Int Hotel Getaway)	(322) 2663300 Bar	
230	Eat Me	Pino Suarez 210 Esq. Fco. I Madero Col. E. Zapata	(322) 2234483 Pizzería	
231	El Huerto	Diego Rivera #120, Z Ht (Int. Ht Pza Pelicanos)	(322) 2262700 Restaurante / Internacional	
232	El Andariego	Av. México 1358, Centro	(322) 2220916 Restaurante / Internacional	
233	El Arrayan	Allende 344 y Miramar, Col. Centro	Restaurante-Bar / Mexicano	
234	El Ballenato	Ávila Camacho Esq. Francisco Villa	(322) 2232223 Taquería	
235	El Barracuda	Paragual 1290, Col. 5 de Diciembre	Restaurante-Bar / Mariscos	
236	El Barril	Guerrero 225, Esq. Juárez, Centro	(322) 2232155 Bar	
237	El Basurero	Morelos 157, Esq. Josefa O. de Domínguez	(322) 2221629 Bar	
238	El Brujo	Venustiano Carranza 510 Col. Emiliano Zapata	(322) 2232036 Restaurante / Internacional	
239	El Bucanero	Av. Heroica Naval Militar S/N Z Ht Nte	Restaurante-Bar / Internacional	
240	El Café de Charly	Paseo del Marlin 586, Col. Las Gaviotas B10-D	(322) 225-4336 Restaurante / Internacional	
241	El Campanario	Hidalgo 339, Col. Centro	(322) 2231509 Lonchería / Mexicana	
242	El Candil	Pelicano #311, Marina Vta. (Int. Hotel Casa Velas)	(322) 2266688 Restaurante / Especialidades	

Destino: PUERTO VALLARTA

243	El Coleguita	Carr. A Las Palmas 1595, Ixtapa	Restaurante / Mariscos	
244	El Coleguita 2	Cond. Marina del Rey Local 2A y B Marina Vallarta	Restaurante / Mariscos	
245	El Cólera	Lázaro Cárdenas 542, Col. E. Zapata	Restaurante / Mariscos	
246	El Dorado	Pulpito 102, col. E. Zapata	Restaurante-Bar / Internacional	
247	El Edén	Rivera del Río Mismaloya, Mismaloya	Restaurante-Bar / Internacional	
248	El Faro	Paseo de la Marina 245, Marina Vallarta (322) 2224323	Bar	
249	El Fogón By Jack	Cond. Marina Del Rey 14 (322) 2213136	Restaurante-Bar / Mexicano	
250	El Galeón	Rodolfo Gómez 111 (Int. Hotel San Marino) (322) 2267701	Restaurante / Internacional	
251	El Grito	Lisboa 173, Col. Versalles	Restaurante-Bar / Mexicano	
252	El Güero Cevichero	Lázaro Cárdenas 305, col. E. Zapata	Restaurante / Mexicano	
253	El Huarache	Fco. Medina Ascencio Local C 13 Plaza Península	Restaurante / Mexicano	
254	El Jacal Del Chavalon	Calle Olas Altas 414, Col. E. Zapata	Restaurante-Bar	
255	El Jardín del Pulpo	Morelos 484, Centro	Restaurante / Mariscos	
256	El Malecón	Paseo Díaz Ordaz 895 col. Centro	Restaurante / Mariscos	
257	El Manglar	San Salvador #117 (Int. Villa Premiere Hotel & Spa)	Restaurante-Bar / Internacional	
258	El Mero Cabezón	Belisario Domínguez 194, Col. La Vena	Restaurante / Mariscos	
259	El Mero Mero	Francia esq. Liverpool, Col. Versalles B4-F	Restaurante / Mariscos	
260	El Nogalito	Av. Del Cedro No. 200 Rancho El Nogalito (322) 22 1 52 25	Restaurante / Internacional	
261	El Palmar	Fco. Medina Ascencio Km. 1.5 (Int Hotel Getaway) (322) 2663300	Restaurante / Buffette	
262	El Palmar	Paseo De La Marina Sur # 205 (Int. Hotel Westin Regina) (322) 25 6 11 00	Bar	
263	El Palomar de los González	Aguacate 425 C9-K (322) 222-0795	Restaurante / Mariscos	
264	El Panorama	Josefa Ortiz De Domínguez y Miramar, (Int. Ht La Siesta) (322)22 2 18 24	Restaurante / Internacional	
265	El Patio	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht	Restaurante	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Dreams Pto Vta)		
266	El Patio de Mi Casa	Miramar 420, Centro (322) 2234595	Restaurante / Deli	
267	El Pechugón	Plaza Caracol Local 19 E	Restaurante / Pollo	
268	El Pechugón	Centro Comercial Plaza Marina	Restaurante / Pollo	
269	El Pescador	Paraguay #117 (Int. Hotel El Pescador)	Restaurante-Bar / Internacional	
270	El Pollo Feliz	Emiliano Zapata 187, El Pitillal (322) 224-0474	Comida Rápida	
271	El Pollo Feliz	Francisco I. Madero 350 C6-J (322) 222-0304	Comida Rápida	
272	El Pollo Pepe	Lucerna 101, Zona Hotelera B5-E (322) 225-3333	Comida Rápida	
273	El Portón	Local D-5, Plaza Península A8-O (322) 221-0637	Restaurante / Mexicano	
274	El Rey de la Barbacoa	Blvd. Fco. Medina Ascencio 8134, Col. Villa Las Flores A7-A 044 (322) 147- 0835	Taquería	
275	El rincón del Sazón	República de Chile 182, Col. 5 de Diciembre B5-J (322) 222-3085	Fonda	
276	El Rincón del Tomatillo	Morelos 601, Centro C3-E (322) 222- 9434	Restaurante / Alta Cocina Mexicana	
277	El Set	Carr. Barra de Navidad Km. 2.5 (322) 221-5342	Restaurante / Internacional	
278	El Taquito Hidalguense	Panamá 177, Centro B3-N (322) 223- 4136	Taquería	
279	Encanto	Aquiles Serdán 518 (322) 222-5785	Restaurante / Internacional	
280	Emiliano	Pelicanos 311 Fracc. Marina Vallarta (322)823 8802	Restaurante / Contemporánea	
281	Ernesto's Good Grub	Rafael Osuna 157 esq. Milán B6-F, Col Versalles (322) 224-2203	Restaurante / Texano- Mexicano	
282	Esspresso Pizzería y Pub	Ignacio L. Vallarta 279, Col. E. Zapata (322) 22 2 32 72	Restaurante / Italiano	
283	Esspresso Mar y Café	Milán esq. Aldanaca, Col. Versalles (322) 22 4 77 51	Restaurante / Deli	
284	Fajita Banana	Condominios Puesta del Sol Local 17	Restaurante-Bar / Texana-	

Destino: PUERTO VALLARTA

			Mexicana	
285	Fajita Republic	Basilio Badillo 188, Zona Romántica	Restaurante-Bar / Texana-Mexicana	
286	Felipe's	Prol. Insurgentes 466 Col. Altavista	Restaurante-Bar / Internacional	
287	Fidencios	Pilitas 90, Playa Los Muertos C4-N (322) 222-5457	Restaurante / Internacional	
288	Filindo	El Kiosko Plaza Marsol (322) 22 1 37 55	Restaurante / Filipino	
289	Flicker	Ignacio L. Vallarta 228, L 18, 2do. Piso Int. Plaza Romy (322) 14 5 31 09	Bar	
290	Fonda del Cheff	Océano Pacifico 155 (322)22 5 15 76	Fonda / Mexicana	
291	Fonda el Pastorcito	Isla Numero 70 Plaza Marina	Fonda / Casera	
292	Fonda El Patio	Francia 139, Col. Versalles (322) 22 5 53 61	Fonda / Casera	
293	Fonda Flor	Blvd. Fco Medina Ascencio Km 07 Villa De Las Flores (322) 22 1 07 31	Fonda / Mexicana	
294	Fonda Mi Casa	Melchor Ocampo 147 Local G (322) 2240111	Fonda / Mexicana	
295	Fonda Tailandesa	Océano Pacifico 220	Fonda	
296	Fondan's	Océano Pacifico 159 Col Palmar de Aramara (322) 29 3 77 59	Cafetería	
297	Forum	Fco Medina Ascencio 1737 (Int. Hotel Punta Arena) (322) 23 2 56 56	Restaurante / Internacional	
298	Freddy's Tucan	Basilio Badillo 245 Zona Romántica (322) 22 3 07 78	Restaurante / Desayunos	
299	Free Vallarta	Av. de los Tules 245, Col. Fluvial Vta. B8-C (322) 293-6092	Restaurante / Internacional	
300	Frida	Lázaro Cárdenas 361, Col. E. Zapata (322) 2266672	Bar	
301	Frutas y Flores	Av. México 1301 (Int. Hotel Buenaventura) (322) 22 6 70 00	Restaurante / Internacional	
302	Frutas y Flores	Carret. B De Navidad Km 8.5 (Int. Pte. Intercontinental) (322) 22 8 01 91	Restaurante / Internacional	
303	Fujiyama	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise)	Restaurante / Japonés	

Destino: PUERTO VALLARTA

304	Funiculi Trattoria	Lázaro Cárdenas 292, Col. Emiliano Zapata C5-J (322) 222-0607	Restaurante / Italiano	
305	Fusión gourmet	Corona 172, Col. Centro	Restaurante / Mexicano	
306	Gaby	Corona 172, Col. Centro	Restaurante / Casera	
307	Garbo Piano Bar	Pulpito 142, Col. E. Zapata (322) 2242108	Bar	
308	Gaviota	Fco. I. Madero # 176 (Int. Hotel Gaviota Vallarta) (322) 22 2 15 00	Bar / Mexicano	
309	Gaviotas	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322) 24 6 04 04	Restaurante / Fusión	
310	Gazebo	Condominios Marina Golf, local C-3 Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Italiano	
311	Glimar Restaurante Bar	Francisco I. Madero 418, Col. E. Zapata (322)22 3 97 07	Restaurante / Mariscos	
312	Green Green Salad	Plaza Caracol Local 8 A Zona Hotelera (322)29 3 19 89	Restaurante / Vegetariano	
313	Guacama Jazz	Fco. Medina A Km 2.5 (Int. Las Palmas By The Sea) (322)23 6 12 20	Restaurante / Mediterráneo	
314	Guacamaya	Hotel Holliday Inn, Zona Hotelera (322) 22 6 17 00	Restaurante	
315	Haagen Dazs	Francisco Medina Ascencio # 2920 Local 190 Int. Plaza Galerías (322) 224 10 18	Nevería	
316	Häaguen Danz	Paseo Díaz Ordaz 920 Local 10 y 11 (322) 22 2 12 15	Fuente de Sodas / Americana-Francésa	
317	Häaguen Danz	Bvd. Fco. Medina Ascencio 2485 Local B 30 (322) 20 9 19 51	Fuente de Sodas / Bebidas	
318	Hacienda Alemana	Basilio Badillo # 300 (322) 22 2 34 03	Restaurante / Alemán	
319	Hacienda Alemana	Basilio Badillo 378, Col. E. Zapata (322) 22 2 20 71	Restaurante / Alemán	
320	Hacienda San Ángel	Miramar 336, Col. Centro (Interior Hacienda San Ángel) (322)22 2 69 92	Restaurante / Internacional	
321	Hacienda Xochitl	Rio Nazas 388 Col. Agua Azul (322) 22 2 33 44	Restaurante / Alta Cocina Mexicana	
322	Hadas Garden	Basilio Badillo 229, Col. Emiliano Zapata	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

		C5-K (322) 222-1997		
323	Hamburguesa Jimmy's	Morelos 819, Centro (322) 22 3 98 52	Fonda / Hamburguesas	
324	Hard Rock Café	Paseo Díaz Ordaz 652, Col. Centro (322) 22 2 22 30	Restaurante-Bar / Americana	
325	Heart Coffe Deli & Bar	Basilio Badillo 419, Col. Emiliano Zapata C8-I (322) 222-0828	Restaurante / Deli	
326	Helados Bing	Villas Vallarta Local X-1 (322) 22 4 71 73	Fuente de sodas / Helados	
327	Helados Bing	Plaza Caracol Local 72 1b	Fuente de sodas / Helados	
328	Helados Dolphy	(322) 22 2 54 71	Fuente de sodas / Helados	
329	Hernández Veloz	Honduras 260 A(322) 15 0 55 13	Fonda / Mexicana	
330	Hilo	Paseo Díaz Ordaz 588, Malecón (322) 22 3 53 61	Bar	
331	Holanda Café	Plaza Caracol Local	Café / Comida Rápida	
332	Hooters	Fco. Medina Ascencio 2185 L B-2 Comercial Península (322)22 3 12 81	Sport-Bar / Americana	
333	Hot Frida's	Francisca Rodríguez #155 corner Olas Altas Zona Romántica 322-181-4556	Bar / Tapas	
334	Huicho's	Av. Las Torres 406, Col. Los Sauces B10-C (322) 177-0708	Taquería	
335	Hurakena	Fco. Medina A Km 2.5 (Int. Las Palmas By The Sea) (322) 25 6 12 20	Bar	
336	Hysteria	Av. Libramiento 126, Esq. Brasil	Gentelman's Club	
337	Inizio	Paseo de la Marina Sur 205, Club Regina, Marina Vallarta (322) 221 29 40	Restaurante / Fusión	
338	Isla	Hotel Holliday Inn, Zona Hotelera (322) 22 6 17 00	Bar	
339	Isla de Marin	Matamoros 869, Centro C4-C (322) 222-7537	Restaurante / Mariscos	
340	Italian Steak House	Av. Los Tules Plaza Caracol Local L1	Restaurante / Carnes	
341	J&B	Blvd. Francisco Medina Ascencio, Zona Hotelera (322) 22 4 46 16	Centro Nocturno	
342	Jacuzzi Bar	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 31 6 68 68	Bar	

Destino: PUERTO VALLARTA

343	Jalapeños	Blvd. Fco. Medina A Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta)	Restaurante-Bar / Internacional	
344	Jalisco	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Int. Hotel Villa Del Mar)	Restaurante / Mexicano	
345	Japanice	Morelos 696, Col. Centro	Restaurante / Japonés	
346	Jardín Vegetariano	Lucerna 142, Col. Versalles (322)29 3 45 67	Restaurante / Vegetariano	
347	Jb Dancing Club	Fco. Medina Ascencio 2043 (322)22 4 46 16	Disco	
348	Joe Jack Fish Shack	Basilio Badillo 212, Col. Emiliano Zapata	Restaurante / Mariscos	
349	Josephinos	Fco. Medina Ascencio S/N esq. Liverpool, Zona Hotelera	Restaurante / Pizzas	
350	Juan El Pescador	Carr. Tepic 2520, Las Juntas	Restaurante / Mariscos	
351	Jugos El Güero	Plza. Caracol Local 6 B (322)22 4 21 51	Lonchería / Mexicana	
352	Jumaica	Aldama 162, Col. Centro	Restaurante / Mariscos	
353	Junior's	Pulpito 180, Col. E. Zapata (322)22 3 27 33	Table Dance	
354	K'Tacos	Av. Politécnico Nacional, Col. Educación (322)22 5 61 56	Taquería	
355	Kabuki Sushi-Bar	Olas Altas #414, Emiliano Zapata 322-222-1069	Restaurante / Japonés	
356	Kaiser Maximilian	Olas Altas 380-B Col. Emiliano Zapata (322) 22 3 07 60	Restaurante / Austriaco	
357	Kamakura	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh Krystal Vallarta	Restaurante / Japonés	
358	Kensao	Plaza Península Local C4 (Planta Alta), Zona Hotelera	Restaurante / Japonés	
359	Kensao Sushi-Bar	Plaza Península	Restaurante-Bar / Japonés	
360	KFC	Fco. Medina Ascencio 2035 Local B (322) 22 526 00	Restaurante / Comida rápida	
361	KFC	Av. Francisco Villa 1642,-A Local 4, Plaza Soriana (322) 29 3 23 23	Restaurante / Comida rápida	
362	Kiosko Bar Marina	local 9 B Condominios Marina del Rey	Bar	

Destino: PUERTO VALLARTA

363	Kit Kat	Pulpito 120, Col. E. Zapata (322) 22 300 93	Bar / Internacional	
364	Kon Tiki	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 25 6 68 68	Cafetería	
365	Kublis Barra Café	Tijereta 317-A, Col. Aralias B8-C (322) 293-2108	Cafetería / Deli	
366	La Alberca	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Int. Hotel Villa Del Mar) (322) 26 4 06 35	Bar / Snack	
367	La Albufera	Viena 369 local C, Col. Versalles B6-E (322) 293-5530	Restaurante / Español	
368	La Albufera	Aquiles Serdán 242 local 2, Col. Emiliano Zapata (322) 293-5530	Restaurante / Español	
369	La Bodeguita de En medio	Paseo Díaz Ordaz 858 Malecón	Restaurante-Bar / Cubano	
370	La Bola	Pilitas # 174, Emiliano Zap. (Int. Hotel Vallarta Cora)	Restaurante / Mexicano	
371	La Cabaña	Lázaro Cárdenas 452-A, Col. Emiliano Zapata C3-C (322) 170-0194	Restaurante / Mariscos	
372	La Caipirinha	Av. Los Tules 437, Col. Jardines Vallarta B9-D (322) 225-4788	Restaurante / Brasileño	
373	La Cantina	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322) 23 6 06 60	Bar	
374	La Carreta	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322) 26 6 04 04	Bar	
375	La Casa China	Mina 203, Centro (322) 22 5 81 82	Restaurante / Chino	
376	La Casa de Los Omelets	Independencia 225, Col. Centro (322) 22 2 80 65	Restaurante / Internacional	
377	La Casa Del Naranjo	Naranjo No. 263, Col. E. Zapata (322) 22 2 58 10	Restaurante / Internacional	
378	La Casa Del Pulpo	Morelos 484, Centro (322) 22 2 85 69	Restaurante / Mariscos	
379	La Casa Del Waffle	Av. Francisco Villa 1321, Col. Fluvial Vallarta (322) 22 5 29 36	Restaurante / Desayunos	
380	La Casa Es Comida	Royal Pacific Local 104 A (322) 12 6 04 36	Lonchería / Comida Rápida	
381	La Cascada	Carr. Pto Vta A B De Nav Km. 4.5 (Int.	Restaurante-Bar / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Cond. Playa Del Sol Cta Sur)		
382	La Cava	Pza. Marina Local C14 (322) 888 46 39	Bar	
383	La Ceiba	San Salvador # 117 (Int. Villa Premiere Hotel & Spa) (322)22 6 70 40	Restaurante / Internacional	
384	La Chata	Paseo Díaz Ordaz 708 Col. Centro	Restaurante-Bar / Mexicano	
385	La Cigale Casual French Bistro	Hidalgo #398, El Centro 322-222-7938	Cafetería / Francesa	
386	La Cocina de Paula	Honduras 280 Col. 5 de Diciembre	Restaurante / Mexicano	
387	La Cucina	Hotel Villa Del Palmar, Zona Ht. Note (322) 22 6 14 00	Restaurante / Italiano	
388	La Destilería	Galeana 104 Int. 101, Centro (322) 22 3 38 52	Restaurante / Mexicano	
389	La Dolce Vita	Paseo Díaz Ordaz 674, Col. Centro (322) 22 2 38 52	Restaurante / Italiano	
390	La Esmeralda	Av. Politécnico 84 Altos	Restaurante-Bar / Mariscos	
391	La Esquina	Av. De las Américas 200	Lonchería / Mexicana	
392	La Esquina de los Caprichos	Miramar Esq. Iturbide, Col. Centro (322) 22 2 09 11	Restaurante / Español	
393	La Estancia	Paseo De La Marina # 5 (Int. Hotel Marriott) (322) 22 6 00 00	Restaurante / Internacional	
394	La Estancia De San Sebastián	Carr. Las Palmas Km. 18, Ixtapa	Restaurante / Carnes	
395	La Eterna: Tacos y Micheladas	Av. Las Torres 218, Esq. Exhacienda Del Pitillal 044 322 117 01 53	Fonda / Tacos	
396	La Explanada	Rodolfo Gómez # 111 (Int. Hotel San Marino) (322) 24 6 77 01	Bar	
397	La Fábula Pitillal	5 De Mayo 184, El Pitillal (322) 22 5 54 25	Taquería	
398	La Fiesta	Fco. Medina Ascencio Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta) (322)23 4 44 46	Bar / Snack	
399	La Fonda	Basilio Badillo 318, Col.E. Zapata (322) 22 3 07 60	Restaurante / Carnes	
400	La Fuente del Puente	Insurgentes 107, Col. Centro	Restaurante-Bar / Mexicano	
401	La Galería Del Gusto	Corona 554, Esq. Hidalgo (322) 22 2 03	Restaurante / Italiano	

Destino: PUERTO VALLARTA

		93		
402	La Guarapera	Plaza Caracol Local 4 A	Fuente de Sodas	
403	La Güera Tortas ahogadas	Av. Francisco Villa 752, Col. Versalles (322) 22 4 72 42	Fonda / Tortas	
404	La Hacienda	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Col.Fiesta Americana (322) 22 4 20 10	Restaurante / Internacional	
405	La Hacienda	Lázaro Cárdenas 388 Zona Romántica (322) 22 2 05 90	Restaurante / Desayunos	
406	La Iguana	Lázaro Cárdenas 311, Col. E. Zapata	Restaurante / Mexicano	
407	La Iguana Loca	Av. México 1042, Col. 5 Diciembre (322)22 2 22 90	Taquería	
408	La Isla	Paseo De La Marina # 5 (Int. Hotel Marriott) (322) 26 1 00 04	Snack-Bar	
409	La Isla (Interior de Casa Magna Marriot Puerto Vallarta Hotel & Spa)	Paseo de la Marina Norte No. 435 (322) 22 600 00	Bar	
410	La Leche	Entrada del Hotel Fiesta Americana, zona Hotelera (322) 29 3 09 00	Restaurante / Avant-Garde	
411	La Lorraine	Guadalupe Sánchez 834, Centro C4-B (322) 222-9574	Restaurante / Francés	
412	La Michoacana	Plaza Caracol Local 6-27	Fuente de Sodas / Nieves	
413	La Milonga	Bvd. Fco. Medina Ascencio 2485, Plaza Península planta alta A8-N (322) 209-1020	Restaurante / Argentino	
414	La Misión	Av. México 367	Restaurante-Bar / Internacional	
415	La Noche	Lázaro Cárdenas 257, Col. E. Zapata (322) 22 2 33 64	Bar	
416	La Noche Azul	Cond Marina Golf Malecón, local 5 Frente Muelle H, Marina Vta (322) 20 9 08 58	Restaurante / Fondues	
417	La Nube	Matamoros 542 (322)223-0530	Restaurante / Italiano	
418	La Ola	Av. Francisco Villa 667, Col. Versalles (322) 29 3 59 45	Restaurante / Mariscos	
419	La Palapa	Paseo De La Marina Sur Lote H - 7 (Int.	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Hotel Melia Vta) (322) 22 6 30 00		
420	La Palapa	Pulpito 103, Col. E. Zapata (322)22 2 52 25	Restaurante-Bar / Internacional	
421	La Palapa	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322) 25 6 04 04	Bar	
422	La Palapita	Paseo De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Hotel Melia Vta) (322) 22 6 30 00	Bar	
423	La Parota	Calle los Pinos 111, Col. Los Sauces (322) 22 4 25 34	Restaurante / Mariscos	
424	La Parota de Pancho Villa	Gruya 157, El Pitillal	Restaurante / Mariscos	
425	La Parrilla Azteca	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1935, Zona Hotelera Norte B4-F (322) 290-3531	Restaurante / Mexicano	
426	La Parrilla de Villa	Viena 243 local 6, Col. Versalles B5-E (322) 177-0073	Restaurante / Carnes	
427	La Pausa Express	Interior Apto Local 07	Restaurante / Italiano	
428	La Paz Fonda Mexicana	Condominio Marina Del Rey Local 1	Restaurante-Bar / Mexicano	
429	La Pergola	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322) 23 6 04 04	Bar / Snack	
430	La Petite France	Fco. Medina Ascencio Km 2.5 (322)293-0901	Restaurante / Gourmet	
431	La Piazza	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 23 6 68 68	Restaurante / Italiano	
432	La Piazzeta	Rodolfo Gómez 143, Col. E. Zapata (322)22 2 06 50	Restaurante-Bar / Italiano	
433	La Piazzeta	Av. Fluvial Vallarta 219, Col. Fluvial Vallarta B5-A (322) 224-7288	Restaurante-Bar / Italiano	
434	La Piña (Lobby Bar)	Diego Rivera # 120 (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322) 27 6 27 00	Bar	
435	La Pizza Metro	Av. Fco. Villa 766, Col. Versalles (322) 29 3 27 50	Pizzería	
436	La Pizza Metro	Francisca Rodríguez 112, Col. E. Zapata	Pizzería	
437	La Pizza Metro	Morelos 685, Col. Centro	Pizzería	
438	La Playa	Carret. B De Navidad Km 2.6 (Int. Ht Conchas Chinas)	Restaurante-Bar / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

439	La Playita	Carret. B De Navidad Km. 2.5C Chinas (Int. Cond. Lindomar) (322)22 1 55 11	Restaurante-Bar / Internacional	
440	La Providencia	Av. Francisco Villa 1322-A Col. Las Aralias (322) 110 33 22	Restaurante / Carnes	
441	La Quiche	Rodolfo Gómez 143, Local 16, Col. E. Zapata	Restaurante / Internacional	
442	La Ranita y el Dragón	Condominio Marina Del Rey Local 19-A Marina Vallarta	Restaurante / Oriental	
443	La Revolución de Tony Colín	Matamoros 235, Centro C3-G (322) 223-0539	Restaurante / Mexicano	
444	La Ribera	Av. Costera S/N, LH2, Fracc. Marina Vallarta	Restaurante / Desayunos	
445	La Rivera	P De La Marina Nte. # 585 (Int. Hotel Velas Vallarta)	Restaurante / Mariscos-Mexicano	
446	La Saleta Bites Bar	Plaza Península locales A3 y A4, Zona Hotelera A7-N (322) 209-2160	Bar / Internacional	
447	La Selva	Av. Las Torres 139 local 1, Col. Los Sauces B10-B (322) 121-0948	Restaurante / Mexicano	
448	La Taquiza	Fco. Medina Ascencio 4594 Col Villa Las Flores (322)20 9 11 31	Taquería	
449	La Taquiza	Venustiano Carranza 231, Col. E. Zapata (322)22 9 11 38	Taquería	
450	La Terraza de La Abuela	Ingreso Playa de Oro N 126	Restaurante / Mexicano	
451	La Terraza Di Roma	Condominios Puesta del Sol Local 2 Marina Vallarta (322)22 1 05 60	Restaurante / Italiano	
452	La Tía	Lázaro Cárdenas 173 Zona Romántica (322)22 2 75 45	Restaurante / Mexicano	
453	La Tía Catrina	Fco I. Madero 202, Esq. Pino Suarez, Col. E. Zapata	Restaurante / Internacional	
454	La Troje	Hacienda Hotel y Spa Blvd. Francisco M. Asencio 269 (322) 22 6 66 67	Restaurante / Fusión	
455	La Turbina	Bvd. Francisco Medina Ascencio 4170	Restaurante-Bar / Mexicano	
456	La Villita	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322)22 6 04 04	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

457	La Wafleria	Fco. Medina Ascencio 2485 Local A 11 (322) 22 0 92 007	Café / Mexicano	
458	Lady Panqué	Pavo Real #454 Col. Ojo de Agua CP 48344 (322)2240116	Cafetería	
459	Langostinos	Manuel M. Diéguez 109 Playa Los Muertos, Zona Romántica (322)22 2 08 94	Restaurante / Mariscos	
460	Las Adelitas	Av. Fluvial Vallarta 234 (322) 293-7778	Restaurante / Mexicano	
461	Las Pérgolas	Diego Rivera # 120, Z Ht (Int. Ht Plaza Pelicanos) (322)22 6 27 00	Restaurante / Internacional	
462	Las Pérgolas	Diego Rivera # 120, Z Ht (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322)23 6 27 00	Snack	
463	Las Antorchas	Fco. Medina Ascencio Z Ht Km 3.5	Restaurante-Bar / Mexicano	
464	Las Calandrias	Constitución 437, Col. Emiliano Zapata C6-K (322) 222-3262	Restaurante / Internacional	
465	Las Carmelitas	Camino a la aguacatera Km. 1.2 por Par Vial , Centro (322) 30 3 21 04	Café / Mexicano	
466	Las Casitas	Paseo De La Marina # 5 (Int. Hotel Marriott) (322) 22 6 00 00	Restaurante / Internacional	
467	Las Cazuelas	Basilio Badillo 479, Col. E. Zapata	Restaurante / Mexicano	
468	Las Cazuelas de Phoenix	Hidalgo 245, Esq. Encino, Centro	Restaurante / Mexicano	
469	Las Gorditas Norteñas	Pza. Caracol local 7A Zona Hotelera (322)29 3 19 08	Fonda / Mexicana	
470	Las Gorditas Norteñas	Interior Plaza Comercial Soriana (322)29 3 19 08	Fonda / Mexicana	
471	Las Hamburguesas	Av. Las Torres 132, Plaza Los Sauces B10-B (322) 152-8764	Comida Rápida	
472	Las Kekas	Calle Quilla Local 35-A Cond. Marina del Rey, Marina Vallarta (322) 2091039	Taquería	
473	Las Margaritas	Basilio Badillo 284, Col.E, Zapata (322)22 2 65 33	Restaurante / Mexicano	
474	Las Palomas	Paseo Díaz Ordaz 610, Centro (322) 22 2 36 75	Restaurante-Bar / Mexicano	
475	Las Palomas	Malecón Esq. Leona Vicario, Centro	Restaurante-Bar / Mexicano	

Destino: PUERTO VALLARTA

476	Las Palomas Doradas	Club De Tennis Puesta Del Sol, M Vallarta local 12 (322)22 1 04 70	Restaurante-Bar / Mariscos- Mexicano	
477	Las Ranas	5 De Mayo No. 65 Altos, El Pitillal (322)22 6 12 67	Restaurante-Bar / Mariscos- Mexicano	
478	Las Tías	Av. Las Torres 126-B, Col. Los Sauces B10-B (322) 293-0009	Restaurante / Carnes	
479	Las Tortugas	Colibrí 200-A Col. Las Aralias (322) 22 5 07 38	Restaurante / Tortas	
480	Las Velas	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh Krystal Vallarta)	Restaurante-Bar / Internacional	
481	Le Bistro	Isla Rio Cuale 16 A, Col. Centro	Restaurante-Bar / Internacional	
482	Le Café	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh Krystal Vallarta (322) 22 6 07 37	Bar	
483	Le Gourmet	Hotel Posada Rio Cuale Aquiles Serdán 242, Zona Romántica (322) 22 2 04 50	Restaurante / Internacional	
484	Le Kliff	Carr. 200 Sur, Km. 17.5 Mismaloya (322)22 4 09 75	Restaurante-Bar / Internacional	
485	Liverpool	Francisco Medina Ascencio #2920	Restaurante-Bar / Internacional	
486	Lobby Bar	Av. México 1301 (Int. Hotel Buenaventura) (322) 23 6 70 00	Bar	
487	Lobby Bar	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol) (322) 24 4 01 23	Bar	
488	Lobby Bar	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 30 6 68 68	Bar	
489	Lobby Bar	P De La Marina Sur S/N (Int. Ht Embarcadero Pacifico) (322) 27 1 11 77	Bar	
490	Lobby Bar	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Col.Fiesta Americana) (322) 26 4 20 10	Bar	
491	Lobby Bar	P De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Hotel Melia Vallarta) (322) 27 6 30 00	Bar	
492	Lobby Bar	Paseo De La Marina # 5 (Int. Hotel Marriott) (322) 26 1 00 04	Bar	
493	Lobby Bar	Carret. Aeropuerto # 999, Olímpica (Int. Hotel Sheraton) (322)27 6 04 04	Bar	

Destino: PUERTO VALLARTA

494	Lobby Bar	Paseo De La Marina Sur # 205 (Int. Hotel Westin Regina) (322) 24 6 11 00	Bar	
495	Lobby Bar	P De La Marina Nte. # 585 (Int. Hotel Velas Vallarta) (322) 22 6 95 00	Bar	
496	Lobby Bar	Hotel Holliday Inn, Zona Hotelera (322) 22 6 17 00	Bar	
497	Lobby Bar Margaritas	Fco. Medina Ascencio Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta) (322) 26 4 44 46	Bar	
498	Lobby Bar Rendez-Vouz	David Alfaro Siqueiros # 164 (interior del Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta) (322) 224 25 84	Bar	
499	Local Uno	Ancla Esq. Malecón, Cond Club De Tennis Pta Del Sol, L 1 (322) 20 9 08 37	Restaurante-Bar / Carnes	
500	Lonchería Martínez	Melchor Ocampo 147 Col. Versalles (322) 22 5 47 51	Lonchería / Mexicana	
501	Los Abuelos	Juan Escutia #232 Col. Niños Héroes 322 293 78 90	Restaurante / Mexicano	
502	Los Alcatraces	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1808 (322) 22 2 11 82	Restaurante-Bar / Comida Casera	
503	Los Alcatraces	Av. Jesús Rodríguez Barba 116, Fluvial Vallarta B7-B (322) 225-1683	Restaurante-Bar / Comida Casera	
504	Los Almendros	Plaza Marina Local C 23 Marina Vallarta (322) 22 1 03 85	Restaurante / Mexicano	
505	Los Amigos	Carranza 237, Centro (322) 22 2 78 02	Bar	
506	Los Arbolitos	Camino De La Rivera 184, Col. E. Zapata (322) 22 3 10 50	Restaurante-Bar / Mexicano	
507	Los Arcos	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322) 25 6 06 60	Restaurante / Internacional	
508	Los Bernas	Lucerna 123 Col Versalles (322) 88 8 00 36	Restaurante / Mariscos-Carnes	
509	Los Cantaritos	Honduras 260 Col. 5 De Diciembre (322) 2266699	Bar / Mexicano	
510	Los Caracoles	Blvd. Fco Medina Ascencio 1929 Zona Hotelera	Restaurante / Mariscos	

Destino: PUERTO VALLARTA

511	Los Chatos	Francisco Villa 359 Col. Olímpica (322) 22 1 25 40	Nevería	
512	Los Chilaquiles	Zaragoza 160 4to piso Vallarta Plaza (322) 22 3 94 82	Restaurante / Mexicano	
513	Los Mangos	Hotel Marriott CasaMagna Marina Vallarta (322) 22 6 0000	Restaurante / Deli	
514	Los Mapaches	Fco Medina Ascencio 3618 Col. Villa De Las Flores	Taquería	
515	Los Mariachis	Fco Medina Ascencio 3618 Col. Villa De Las Flores	Restaurante	
516	Los Pibes	Basilio Badillo 261, Col. Emiliano Zapata (322)22 3 15 57	Restaurante-Bar / Argentino	
517	Los Tubos	Blvd. Francisco Medina Ascencio 4160 (322) 22 139 53	Restaurante / Desayunos	
518	Los Xitomates	Morelos 601, Col. Centro (322)22 2 94 34	Restaurante-Bar / Alta Cocina Mexicana	
519	Lukumbe	Av. Los tules 449, Jardines Vallarta (322) 22 5 63 75	Restaurante / Deli	
520	Machis Bar Bq	Lázaro Cárdenas 452, Col. E. Zapata	Restaurante / Mexicano	
521	Madaju	Av. Fluvial Vallarta 223, Fracc. Fluvial Vallarta B5-B 044(322) 126-9599	Taquería	
522	Magallanes	Hotel Embarcadero Pacifico local 5E Marina Vallarta (322) 22 1 11 77	Restaurante / Internacional	
523	Magna Magna	Lázaro Cárdenas 288 C6-K	Restaurante / Italiano	
524	Majahuitas	Basilio Badillo 331, Col. E. Zapata (322)22 2 04 04	Bar	
525	Malibu	Edificio Malecón I local 3 Morelos esq. Guerrero Centro (322) 22 2 29 44	Lonchería	
526	Malibu Jugos y Café	Andador Libertad III L-3 Col. Centro (322) 2222944	Lonchería / Mexicana	
527	Mamá Dolores	Olas Altas 534b, Col. E. Zapata (322)22 3 58 97	Restaurante-Bar	
528	Mama Mía	Rodolfo Gómez 110, Col. E. Zapata (322)22 2 88 39	Pizzería	

Destino: PUERTO VALLARTA

529	Mamá Rosa	Leona Vicario 269, Centro	Restaurante / Mexicano	
530	Maña Maña	Lázaro Cárdenas 288, Col. E. Zapata (322) 18000120775	Restaurante / Italiano	
531	Mañana	Venustiano Carranza 290, Col. E. Zapata (322) 23 0 97 75	Bar	
532	Manatee	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht Dreams Pto Vta) (322) 29 6 50 00	Bar	
533	Mandala	Morelos 635, Col. Centro (322)22 3 09 66	Restaurante-Bar / Internacional	
534	Mar y Tierra	Fco. Medina Ascencio	Taquería	
535	Marcela Miranda	Francisco Medina Ascencio Gasolinera Oro Local 5	Fonda / Internacional	
536	María Candelaria	Guadalupe Sánchez 851, Col. Centro (322)22 2 46 03	Fonda / Tamales	
537	Mariachi Loco	Lázaro Cárdenas 254, Col. E. Zapata (322)22 3 22 05	Restaurante-Bar / Mexicano	
538	Marino	Diego Rivera # 120 (Int. Hotel Plaza Pelicanos) (322) 28 6 27 00	Bar / Snack	
539	Mariscos Beto´s	Brasil 203-A esquina 5 de Mayo, Col. Del Toro, El Pitillal E9-D (322) 299- 7447	Restaurante / Mariscos	
540	Mariscos El Jefe	República de Chile 167C	Restaurante / Mexicano	
541	Mariscos La Tía	Honduras 225	Restaurante / Mexicano	
542	Mariscos La Villa	Alameda No. 1207, Col. Villa de Guadalupe el Pitillal	Restaurante / Mariscos	
543	Mariscos Polo	Francisco I. Madero 376, Col. E. Zapata	Restaurante / Mariscos	
544	Marisco Quiques	Belisario Domínguez 194, Col. Valentín Gómez Farías (322) 22 4 65 18	Restaurante / Mariscos	
545	Mariscos Tinos	Avenida 333, El Pitillal	Restaurante / Mariscos	
546	Mariscos Tino´s	Paseo Díaz Ordaz No. 920 (322) 223 2803	Restaurante-Bar / Mariscos	
547	Marisma Fish Taco I	Naranjo 320, Zona Romántica	Restaurante / Tacos de Mariscos	
548	Marisma Fish Taco II	Condominio Marina Del Rey Marina	Restaurante / Tacos de	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Vallarta	Mariscos	
549	Mark's Bar and Grill	Lázaro Cárdenas 56 (329) 2980303	Restaurante / Gourmet	
550	Mary	Honduras 309, Ht Paloma Del Mar, Col. 5 De Diciembre	Restaurante / Vegetariano	
551	Mauricio's	Carr. A Las Palmas 176, Las Juntas (322)29 0 27 33	Restaurante / Mariscos	
552	Mc Donald's	Av. Los Tules 178 Plaza Caracol (322) 22 4 91 83	Restaurante / Hamburguesas	
553	Mc Donald's	Fco Medina A S/N Local E 4 Marina Vallarta (322) 20 9 08 36	Restaurante / Comida rápida	
554	Mc Donald's	Paseo Díaz Ordaz # 890 Col Centro (322) 22 3 13 91	Restaurante / Comida rápida	
555	Mc Donald's	Plaza Caracol Local 20 22 y 23 (322) 24 9 18 36	Restaurante / Comida rápida	
556	Mc Donald's	Plaza Caracol Nueva Sección (322) 22 3 13 91	Restaurante / Comida rápida	
557	Mc Donald's	Francisco Medina Ascencio #2920 local 306 (322) 2213090	Restaurante / Comida rápida	
558	Melón y Sandia	Chile 182 Col. 5 De Diciembre (322)22 2 307 86	Lonchería / Mexicana	
559	Memo's Pancake House	Basilio Badillo 289 C6-K (322) 222-6272	Restaurante / Desayunos	
560	Memories Café	Mina 207, Centro C3-F (322) 223-0648	Restaurante / Internacional	
561	Mestizo	Abasolo No.233, Col. Centro (322) 22 2 13 33	Restaurante / Mexicano	
562	Mezzaluna	Hidalgo 550 (322)2220397	Restaurante / Italiano	
563	Mi Pueblito	Olas Altas 380, Col. Emiliano Zapata C3-L (322) 226-7100 ext. 44 - 45	Restaurante / Internacional	
564	Mi Ranchito	Playa Boca De Tomatlán (322) 20 8 07 07	Restaurante-Bar / Mariscos	
565	Mi Querencia	Morelos #426 Col. Centro (322) 222-2030	Restaurante / Mexicano	
566	Mikado	Hotel Marriott Casa Magna, Paseo de la Marina Nte. 435 (322) 226-0017	Restaurante / Japonés	
567	Mitsuba	Av. Las Torres 133 locales A y B, Col.	Restaurante / Japonés	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Los Sauces B10-B (322) 121-4150		
568	Moka Café	Plaza Marina, frente a Lloyd A5-C (322) 209-1045	Cafetería / Deli	
569	Mole Rosa	Aquiles Serdán 242 local 1, Col. Emiliano Zapata Mole Rosa (322) 293- 5530	Restaurante / Alta Cocina Mexicana	
570	Mr. Cream	Condominios Marina del Sol Local 4	Restaurante / Desayunos	
571	Mr. Suchi	Francisco Medina Ascencio #2920 local 201, Plaza Galerías	Restaurante / Japonés	
572	Mr. Sushi	Galerías Vallarta local 201, planta alta A8-J (322) 221-3593	Restaurante / Japonés	
573	Muelle 37	Av. Paseo de la Marina 245 local 128, Marina Vallarta C3-E (322) 209-0345	Restaurante / Internacional	
574	Murales	San Salvador # 117 (Int. Villa Premiere Hotel & Spa)	Restaurante / Mexicano	
575	Nacho Daddy	Basilio Badillo 180, Col. Emiliano Zapata C4-K (322) 223-0838	Restaurante / Texano- Mexicano	
576	Naef Cuisine	Plaza Marsol (322) 20 9 18 08	Café	
577	Natural Nutrition Center	Plaza Genovesa Local 15-A, Zona Hotelera	Restaurante / Deli	
578	Neto	Juárez Esq. Independencia, Pitillal (322)22 5 06 70	Taquería	
579	Nevería	Lucerna 138 A Col. Versalles	Fuente de Sodas / Nieves	
580	No Name Bar & Grill	Morelos 460, Centro (322) 22 3 25 08	Bar / Internacional	
581	No Way José	5 de Febrero 260, Col. Emiliano Zapata C3-I (322) 223-2853	Restaurante / Mexicano	
582	Nuevo Gourmet	Bvd. Fco. Medina A Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta) (322) 22 4 44 46	Restaurante / Gourmet	
583	Nutrisa S.A de C.V	Francisco Medina Ascencio # 2920 Local 126 (322) 2238091	Nevería	
584	Oasis Lobby Bar	Pelicanos # 311, Marina Vta. (Int. Hotel Casa Velas) (322) 23 1 08 01	Bar	
585	Oceana	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht Dreams Pto Vta)	Restaurante / Mariscos	

Destino: PUERTO VALLARTA

586	Océano	Paseo Díaz Ordaz 565, Malecón (322) 22 2 09 59	Bar	
587	Ocho Tostadas	Río Guayaquil 413, Zona Hotelera B5-K (322) 222-7691	Restaurante / Mariscos	
588	Ocho Tostadas	Quilla local 28-2, Marina Vallarta A6-F(322) 221-3124	Restaurante / Mariscos	
589	Ocho Tostadas	Niza 134, Col. Versalles B4-E (322) 224-9225	Restaurante / Mariscos	
590	Ola Verde	Lázaro Cárdenas 155, Col. E. Zapata	Restaurante / Vegetariano	
591	Once Upon a Bean	Paseo Marina Sur, Cond. Las Palmas # 1 Local 1 (322) 209 19 07	Ciber-Café / Snack	
592	Organic Café	Plaza Marsol Local U (322) 322 4 14 38	Cafetería	
593	Oro Verde	Juárez #128, Altos, Centro (322) 22 4 43 20	Cafetería	
594	Oscar's	Isla Rio Cuale Local 1, Centro (322) 22 3 07 89	Restaurante / Internacional	
595	Outback Steakhouse	Blvd. Fco. Medina Ascencio 46 90 Z Ht Nte	Restaurante-Bar / Carnes	
596	Oxxo	Francisco Medina Ascencio Col. Villa Las Flores (322) 22 1 24 47	Café / Comida Rápida	
597	Oxxo	Tienda Sojur San Javier	Café / Comida Rápida	
598	Oxxo	Av. Fco. Medina Ascencio Local 1 Plaza Genovesa (322) 22 5 50 14	Café / Comida Rápida	
599	Palapa	Carret. Aeropuerto Km 6 (Int. Flamingo Vallarta) (322)22 1 08 80	Restaurante-Bar / Internacional	
600	Palomar de los González	Aguacate 425, Col. Altavista (322)22 2 07 95	Restaurante-Bar / Mariscos	
601	Palomas Doradas	Puesta Del Sol Local 12, Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Internacional	
602	Pan & Qué?	Perú 1002, Col. 5 de Diciembre (322) 22 3 05 00	Restaurante / Italiano	
603	Pancho's Takos	Basilio Badillo 162, Col. E. Zapata (322)22 2 16 93	Taquería	
604	Pancho López Jr.	México 1045 Col 5 de Diciembre	Restaurante-Bar / Internacional	
605	Panda	Av. Arboleda 185, Col Albatros (322) 29	Restaurante / Chino	

Destino: PUERTO VALLARTA

		9 04 33		
606	Papa Gordo's	Carretera a Barra de Navidad Km. 1.5 (Interior Suit Costa Linda)	Restaurante-Bar / Internacional	
607	Papagayo	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol) (322)23 4 01 23	Bar	
608	Papagayos	Amapas # 380, Emiliano Zap. (Int. Club Meza Del Mar) (322) 22 2 48 88	Restaurante / Comida rápida	
609	Paradise	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 23 6 68 00	Restaurante / Internacional	
610	Paradise Burguer	Paseo Díaz Ordaz 740 Col. Centro (322) 22 3 23 28	Restaurante-Bar / Hamburguesas	
611	Paris Café	Pino Suarez 158 Col. E. Zapata (322) 22 2 84 72	Cafetería / Desayunos	
612	Party Loung	Av. México 993, Centro	Bar	
613	Peces	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol) (322)22 4 01 23	Bar / Snack	
614	Peking Restaurante	Francisca Rodríguez 136, Col. E. Zapata (322) 22 2 86 09	Restaurante / Chino	
615	Pepe's Tacos	Honduras 173, Col. 5 De Diciembre (322)22 3 17 03	Taquería	
616	Pez Gordo	Morelos 540, Centro	Restaurante / Mariscos	
617	Piaceres	Hotel Holliday Inn, Zona Hotelera (322) 22 6 17 00	Restaurante / Italiano	
618	Pica Limón El Sano Antojo	Plaza Caracol	Snack / Mexicano	
619	Picnic	Pulpito 154, Col. Emiliano Zapata (322) 22 3 23 53	Restaurante / Americano	
620	Pie Descalzo	Carr. Pto Vta - B De Navidad Km. 4.5 (Cond. Playa Del Sol Costa Sur) (322) 22 6 80 50	Bar	
621	Pietros	Hidalgo 335, Col. Centro (322)22 2 32 33	Restaurante-Bar / Italiano	
622	Pipis	Guadalupe Sánchez 804, Col. Centro (322) 22 3 27 67	Restaurante / Texano-Mexicano	
623	Pizza Hut	Carr Al Aeropuerto Km 2.5 Col. Versalles	Pizzería / Italiano	

Destino: PUERTO VALLARTA

		(322)22 4 09 33		
624	Pizza Hut	Blvd. Fco M. Ascencio Km. 2.5 Zona Hotelera (322) 22 4 94 96	Pizzería	
625	Pizza Nostra	Francisca Rodríguez 150 Zona Romántica	Pizzería	
626	Pizza Papa Don	Av. México S/N	Pizzería / Italiano	
627	Pizza y Come	Blvd. Medina Ascencio 2120 (322) 29 3 68 68	Pizzería	
628	Planeta Vegetariano	Iturbide 270, Col. Centro (322) 22 2 30 73	Fonda / Vegetariana	
629	Plasma	Pino Suarez 235, Col E. Zapata	Bar	
630	Pollería Viena	Niza 168B	Restaurante / Mexicano	
631	Pollo Feliz	Blvd. Fco. Medina Ascencio 8072 (322) 22 1 19 06	Restaurante / Comida rápida	
632	Pollo Feliz	Honduras 171 Col 5 de Diciembre	Restaurante / Mexicano	
633	Pollo Feliz	Insurgentes 206, Col. E. Zapata	Restaurante / Mexicano	
634	Pollo Non	Prisciliano Sánchez 324, Palmar De Aramara (322)22 5 44 83	Rosticería	
635	Pollo Pepe	Col Versalles 102 (322)22 5 33 33	Restaurante / Mexicano	
636	Pool Bar	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 29 6 68 68	Bar	
637	Pool Bar	P De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Ht Melia Vallarta) (322)28 6 30 00	Bar	
638	Pool Vallarta Bar & Snack	Av. México 1062 Col. Centro (322)22 2 34 43	Bar	
639	Popo´s Taco	Andador Basilio Badillo y Andador Fidel Vquez, Col. Infonavit	Taquería	
640	Por Favor	Basilio Badillo 223 (322) 222-1955	Restaurante / Carnes	
641	Portales	Blvd. Fco. Medina A # 2699 (Int. Hacienda Hotel & Spa) (322) 22 6 66 67	Restaurante / Internacional	
642	Porto Bello	Condominios Marina del Sol Local 7 Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Italiano	
643	Portofino	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Hotel Dreams Pto Vta) (322) 23 6 50 00	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

644	Portonovo Plaza	Av. México No. 1125, (Interior Hotel Portonovo) 322 (322) 222 22 91	Restaurante-Bar / Internacional	
645	Preferred Club Secrets	David Alfaro Siqueiros # 164 (interior del Hotel Secrets & Now Puerto Vallarta) (322) 224 25 84	Bar	
646	Prestige	Bvd. Francisco Medina Ascencio 2033 (322) 22 5 69 41	Table Dance	
647	Primitivo	Pelicanos # 508, Boca De Tomatlán	Cafetería / Mariscos	
648	Puerto Alonzo	Basilio Badillo 425, Col. E. Zapata (322) 22 3 52 93	Restaurante / Carnes	
649	Puerto Café	Plaza Caracol	Cafetería	
650	Puerto Lobo	Roma 152, Col. Versalles (322) 159 10 61	Restaurante / Tortas	
651	Pure Night	Plaza Marina (322) 22 1 19 40	Bar	
652	Pv Café.com	Olas Altas 250 Col. Emiliano Zapata (322) 22 2 00 92	Ciber-Café / Snack	
653	Pvnet	Bvd. Fco. Medina Ascencio 1692 Col. Olímpica (322) 22 3 11 27	Ciber-café / Comida rápida	
654	Que pasa	Aquiles Serdán 625, E. Zapata	Bar	
655	Quetzal	P De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Ht Melia Vta) (322) 22 6 30 00	Restaurante / Internacional	
656	Quimixto	Basilio Badillo 370-5, Col. E. Zapata (322) 22 2 86 08	Restaurante-Bar / Mariscos	
657	Raco de Catalunya	Loc. 10-A, Plaza Caracol Zona Hotelera	Restaurante	
658	Raspados Carmen Tucan's	Francia 102 Local 1	Fuente de Sodas	
659	Ravissant	Plaza Caracol Local 5-D Zona Hotelera	Restaurante / Vegetariano	
660	Red Cabbage Café	Camino De La Rivera 204, A Zona Romántica	Restaurante / Mexicano	
661	Rendez-Vouz	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht Dreams Pto Vta) (322) 28 6 50 00	Bar	
662	Repostería Los Chatos	Avenida Francisco Villa 359 colonia Olímpica CP 48330 (322) 223 0485	Pastelería / Café	
663	Restaurante	Carret. Aeropuerto Km 2.5 (Int. Suites María Elena) (322) 22 4 44 25	Restaurante / Internacional	

Destino: PUERTO VALLARTA

664	Restaurante Bar La Piraña	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1738 Altos, Zona Hotelera Norte (322) 22 3 82 27	Restaurante-Bar / Mexicano	
665	Restaurante Bar Tangaroa	Av.16 de septiembre no.279 int. B, col. La Floresta, cp. 48312 (322) 299 2325	Restaurante-Bar / Mariscos	
666	Restaurante Jardín del Sol	Av. Las Garzas 168, La Marina, 322- 226-2000	Restaurante	
667	Restaurante Lolita	Av. México 1061 Col 5 De Diciembre (322) 22 3 97 84	Restaurante / Mexicano	
668	Restaurante y Pizzas Pinocchio	Calle Morelos #128 Loc.1 Colonia Centro Dentro del Estacionamiento Juárez (322) 222-13-29	Pizzería	
669	Rest. Sin Nombre	Fco. Medina Ascencio S/N Mod 4 Área Terraza Caracol	Restaurante / Mariscos	
670	Rico Mac Taco	Av. México 1139 Col 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Mexicano	
671	Rincón de Buenos Aires	Royal Pacific, Local 126 y 127, Marina Vallarta (322) 22 1 22 60	Restaurante / Argentino	
672	Rinconcito Chilango	Lucerna 109 Local C	Fonda / Mexicana	
673	Río Grande	Av. México 1175 Col 5 De Diciembre (322)22 2 00 95	Restaurante-Bar / Internacional	
674	Río Latino	Fco. Medina Ascencio 2485 Local C2 y C3 (322) 20 9 20 42	Restaurante / Bebidas	
675	Ritmos Beach Café	Calle Malecón 177, Col. E. Zapata (322)22 2 13 71	Bar	
676	Roberto's	Basilio Badillo 284, Col.E, Zapata (322)22 2 62 10	Restaurante-Bar / Internacional	
677	Rosie's Santa Barbara	Olas Altas 351 Col. E.Zapata	Restaurante	
678	Rosita	Paseo Díaz Ordaz # 901 (Int. Hotel Rosita) (322)22 3 20 00	Restaurante-Bar / Internacional	
679	Rosticerías El Pechugón	Plaza Marina Local C 35 y 36	Restaurante / Pollo	
680	Roxy Rock House	Emiliano Zapata 217 Col. Centro Puerto Vallarta	Bar	
681	Sabores de México	Hacienda Hotel y Spa Blvd. Francisco M. Asencio 2699 Zona Hotelera (322) 22 6 66 67	Restaurante / Alta Cocina Mexicana	

Destino: PUERTO VALLARTA

682	Salsa Mexicana	Av. México 1249	Restaurante-Bar / Mexicano	
683	Salvador's	Av. De Las Garzas # 3 (Int. Golden Crown Paradise) (322) 22 6 68 00	Restaurante / Internacional	
684	Sama	Olas Altas 510, Col. E. Zapata (322)22 3 31 82	Bar	
685	San Ángel	Olas Altas 449 Col. Emiliano Zapata (322) 22 3 12 73	Cafetería / Deli	
686	Sans Soucie	Paseo De Las Garzas S/N (Int. Hotel Crown Paradise) (322) 24 6 68 68	Restaurante / Francés	
687	Santa María	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol)	Restaurante / Mexicano	
688	Sazon Criollo	Av. México # 1052 Col 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Internacional	
689	Sea fare	Condominio Marina Golf Local No. 6 Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Mariscos	
690	Seahorse Café Gourmet	Ignacio L. Vallarta 174, Col. Emiliano Zapata (322) 22 3 39 28	Restaurante / Deli	
691	Seaside Grill	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Hotel Dreams Pto Vta) (322) 24 6 50 00	Restaurante / Internacional	
692	Señor Frogs	Morelos 518, Esq. Galeana Centro (322)22 2 51 71	Restaurante-Bar / Mexicano	
693	Señor Mister Pepe's	Basilio Badillo 518, Col. E. Zapata (322) 22 2 27 32	Restaurante / Internacional	
694	Sergio's	Amapas # 380, Emiliano Zap. (Int. Club Meza Del Mar) (322) 22 2 48 88	Bar	
695	Shangai	Av. Fco. Medina Ascencio 1978, Zona Hotelera (322) 22 4 19 62	Restaurante / Chino	
696	Si Señor	Josefa Ortiz De Domínguez 274, Col. Centro (322)11 3 00 64	Restaurante-Bar / Mexicano	
697	Sirloin Sotckade	Francisco Medina Ascencio #2920 local 110, Int. Plaza Galerías (322) 2212167	Restaurante / Internacional	
698	Sixties	Av. Fco. Medina Ascencio Local 306, Col. Educación (322) 2090461	Restaurante / Hamburguesas	
699	Snack	P De La Marina # 210 (Int. Ht Villa Vera) (322)22 1 10 15	Bar / Snack	

Destino: PUERTO VALLARTA

700	Snack Bar	Av. México 1301 (Int. Hotel Buenaventura) (322)25 6 70 00	Bar	
701	Snack Bar	Blvd. Fco. Medina Ascencio # 2699 (Int. Hnda Ht & Spa) (322) 26 6 66 67	Bar / Snack	
702	Snack Bar	P De La Marina Nte. # 585 (Int. Hotel Velas Vallarta) (322) 22 6 95 00	Bar / Snack	
703	Snack Bar	Blvd. Fco. Medina A Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta) (322) 22 4 44 46	Bar / Snack	
704	Snack Red	Av. Paseo del Marlin 237-A, Col. Las Aralias (322) 29 3 48 38	Pizzería	
705	Snack / Bar	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322)24 6 06 60	Bar / Snack	
706	Society	Francisco Medina Ascencio local 156, Col. Educación (322) 2090358	Café / Comida Rápida	
707	Spiaggia	Uruguay 109, Col. 5 de Diciembre (322) 22 3 37 22	Restaurante / Internacional	
708	Sport Bar	Av. De Las Garzas S/N (Int. Ht. Nh Krystal Vallarta (322) 22 6 07 37	Bar	
709	Sport Bar	Carret. Barra De Navidad Km 11.5 (Int. Barceló La Jolla) (322)29 6 06 60	Bar	
710	Sport Bar Desires	Carret. Barra De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht Dreams Pto Vta) (322) 22 6 50 00	Bar	
711	Star King Coffee	Blvd. Fco. Medina Ascencio Km 4.5 Interior A (322) 22 1 34 11	Cafetería / Deli	
712	Starbucks Coffee	Interior Del Aeropuerto Planta Alta Local 15 y 16 (322) 20 9 19 58	Cafetería / Comida Rápida	
713	Starbucks Coffee	Av. Fco. Medina Ascencio 2485 Z Hotelera Nte	Cafetería	
714	Starbucks Coffee	Apto Internacional Pto Vta Km 7.5 Col. Villa De Las Flores (322) 20 9 12 35	Cafetería	
715	Starbucks Coffee	Pza Galerías Vta Blvd. Fco Medina A 2920 Int. 296 (322) 22 1 03 55	Cafetería	
716	Starbucks Coffee	Zaragoza #160 L 3 Esq. Díaz Ordaz. Col. Centro (322)22 2 32 46	Cafetería	

Destino: PUERTO VALLARTA

717	Stereo	Lázaro Cárdenas 267, Col. E. Zapata (322) 2261725	Bar	
718	Steve's Bar	Basilio Badillo 286, Col. E. Zapata (322)22 2 02 56	Sport-Bar	
719	Sticky Fingers Wing Shack	Berlín 103, Colonia Versalles (322) 159 48 31	Restaurante / Pollo	
720	Subway	Av. Fco Ascencio Isla 16, C Comercial Plaza Marina (322) 20 9 20 62	Restaurante / Deli	
721	Subway	Centro Comercial Plaza Marina	Restaurante	
722	Subway	Zaragoza Esq. Morelos, Centro (322) 22 3 14 55	Restaurante / Deli	
723	Subway	Paseo Díaz Ordaz 838 Col Centro (322) 32 8 17 22	Restaurante / Deli	
724	Subway	Lucerna 105, Zona Hotelera (322) 29 3 44 88	Restaurante / Deli	
725	Subway	Fco. Medina Ascencio Local B 17 Plaza Península (322) 22 5 61 61	Restaurante / Deli	
726	Subway	Fco. Medina Ascencio, Loc L8, Plaza Caracol (322) 22 5 61 61	Restaurante / Deli	
727	Sunset	Pino Suarez # 583 (Int. Hotel Descanso Del Sol) (322)22 2 52 29	Bar	
728	Sunset	Carret. Aeropuerto Km 2.5(Int. Fiesta Americana) (322)24 4 20 10	Bar	
729	Sunset	Blvd. Fco. Medina A Km.2.5. (Int. Ht Hola Pto Vta)	Restaurante	
730	Sunset Club	Paseo De La Marina Sur # 220 (Int. Hotel Mayan Palace) (322)25 6 60 11	Bar	
731	Sunset Lobby Bar	Carret. B De Navidad Km 8.5 (Int. Pte. Intercontinental) (322)24 8 01 91	Bar	
732	Súper Pollo	Carret. B De Navidad Km 8.5 (Int. Pte. Intercontinental) (322)24 8 01 91	Restaurante / Pollo	
733	Súper Salads	Plaza Península, Local B17 Zona Hotelera (322) 20 9 20 44	Restaurante / Deli	
734	Sushi Express	Plaza Caracol Local 27 B	Restaurante / Japonés	

Destino: PUERTO VALLARTA

735	Suzie Wong,,s	Condominio Royal Pacific 124 Marina Vallarta	Restaurante-Bar / Chino	
736	Swell Beach Bar	Amapas #182, Amapas 322-223-0497	Bar	
737	Taco Burrito King 3	Plaza Península Local C 7 (322)20 9 19 96	Taquería	
738	Taco Loco	Jesús Langarica 168, Col. Centro (322)22 2 54 83	Taquería	
739	Tacon de Marlin	Blvd. Fco Medina Ascencio 8106 Frente al aeropuerto	Restaurante / Mariscos	
740	Tacon de Marlin	Perú 1259, Col Centro (322) 22 3 93 43	Taquería / Mariscos	
741	Tacos and Beer	Hotel Embarcadero 1-E Marina Vallarta (322)20 9 01 97	Taquería	
742	Tacos Cecy	Lisboa Esquina con Roma	Taquería / Mexicana	
743	Tacos de Canasta Chabelita	Plaza Marina Local D 14 (322) 20 9 21 39	Cafetería / Mexicana	
744	Tacos de Canasta Chabelita	Centro Comercial Plaza Caracol, Versalles	Taquería	
745	Tacos de Canasta Chabelita	Plaza Caracol Local 2 A (322) 22 5 46 36	Taquería	
746	Tacos de Canasta Chabelita	Rafael Ozuna 358 (322)22 3 58 28	Taquería	
747	Tacos de Mariscos Vallarta II	Francia 102 Local 1 (322)22 4 75 88	Taquería	
748	Tacos Mi Tierra	Blvd. Av. Los Tules 178 L 4 (322)29 3 32 45	Taquería / Mexicana	
749	Tacos Pepe	Honduras 145C	Restaurante-Bar / Mexicano	
750	Tacos Robert	Blvd. Fco. Medina Ascencio 4168	Taquería / Mexicana	
751	Tacos sitio 15	Palmar de Aramara (322) 149 33 28	Taquería	
752	Tacos Takonon	Int. Mcado Prisciliano Sánchez L 88, Palmar De Aramara	Taquería	
753	Tacos Tu Chile	San Salvador 220 Col. 5 De Diciembre	Restaurante-Bar / Mexicano	
754	Tacos & Beer	Av. Paseo De La Marina Sur S/N, Marina Vallarta (322)20 0 09 09	Taquería	
755	Tacuba	Carr. Las Palmas Local 9 (322) 22 1 28 08	Restaurante / Internacional	
756	Takiux	Palmar de Aramara (322) 779 86 61	Taquería	

Destino: PUERTO VALLARTA

757	Talento	Gustavo Díaz Ordaz 920	Restaurante / Thai	
758	Talento	Paseo Díaz Ordaz 920 1 D	Restaurante / Tailandés	
759	Tangaroa II	16 De Septiembre 279 (322)22 2 68 98	Restaurante-Bar / Mariscos-Mexicano	
760	Taquería Belén	Melchor Ocampo 147 Local D (322)29 3 37 06	Taquería / Mexicana	
761	Taquería Daniel	Roma Fol (322) 29 3 60 48	Taquería / Mexicana	
762	Taquitos Roque	Cardenal 205 Col los tamarindos (322)28 1 61 80	Taquería	
763	Tarantinos Pizza	Fco. Medina Ascencio 1952 Zona Hotelera (322) 22 5 09 09	Restaurante / Italiano	
764	Tarzan Bar	Jesús Langarica 174 centro Puerto Vallarta	Bar	
765	Teatro	P De La Marina Sur S/N (Int. Htl Embarcadero Pacifico) (322)26 1 11 77	Bar	
766	Teatro Limón	Callejón del limón 1 Col. Palmar de Aramara (322) 22 5 26 06	Restaurante / Internacional	
767	Tenampa	Paseo De La Marina Sur # 205 (Int. Hotel Westin Regina) (322) 23 6 11 00	Restaurante / Internacional	
768	Tequilas	Fco. Medina Ascencio Km 1.5 (Int. Hotel Getaway) (322)24 6 33 00	Bar	
769	Teriyaki San	Plaza Caracol, Local 7L Zona Hotelera	Restaurante / Japonés	
770	Terraza Argentina	Paseo De La Marina Sur # 220 (Int. Hotel Mayan Palace) (322) 23 6 60 11	Restaurante / Argentino	
771	The angie's Coffee	Plaza Marina Local D12 (322) 2091097	Café / Deli	
772	The Beach House	Amapas 182, Access on the Beach (322) 22 2 31 98	Restaurante / Internacional	
773	The Blue Shrimp	Morelos 779, Col. Centro (322)22 2 42 46	Restaurante-Bar / Mariscos	
774	The Coffee House	Plaza Marina Local E 28 (322) 20 9 10 01	Cafetería / Comida Rápida	
775	The Coffee Break	Av. México 1222 Col. Centro (322)22 2 53 80	Ciber-Café / Internacional	
776	The Deli	Venustiano Carranza 311-B, Col.	Restaurante / Deli	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Emiliano Zapata (322) 22 3 95 23		
777	The Italian Caffe	Av. Los Tules 178 Local L5 Plaza Caracol (322) 29 3 67 424	Cafetería	
778	The River Café	Isla Rio Cuale L4 Centro (322) 22 3 07 88	Restaurante-Bar / Internacional	
779	The Tea Cozy	Blvd. Fco. Medina Ascencio 1692 Col. Olímpica (322) 22 3 11 27	Restaurante / Deli	
780	The Sweaders Bar & Bistro	Púlpito #154, Emiliano Zapata 322-223-2353	Restaurante / Escandinavo	
781	Thierry Blouet Cocina de Autor	Guadalupe Sánchez 730, Centro (322) 22 2 32 28	Restaurante / Avant-Garde	
782	Thierrys Prime Steak House	Plaza Península Sur A (322) 22 112 12	Restaurante / Carnes	
783	Tía María	Plaza Caracol	Restaurante / Mexicano	
784	Tikul	Paseo de la Marina 245 local I 13, Marina Vallarta Condominio Royal Pacific. (322) 20 9 20 10	Restaurante / Internacional	
785	Tino's	Avenida 333 Esq. Revolución, Pitillal (322) 22 4 55 84	Restaurante-Bar / Mariscos-Mexicano	
786	Tino's Restaurante Bar	Libertad 173, Centro (322) 22 3 18 41	Restaurante-Bar / Mariscos	
787	Tlaloc	Olas Altas # 380 (Int. Hotel Playa Los Arcos) (322) 22 2 15 83	Bar	
788	Tlaquepaque	Paseo De La Marina Sur # 205 (Int. Hotel Westin Regina) (322) 20 9 20 10	Restaurante / Internacional	
789	Toks	Plaza Caracol Local 6-E, Zona Hotelera (322) 22 4 49 32	Restaurante / Internacional	
790	Tony's Place	Lázaro Cárdenas 446, Col. E. Zapata (322) 2267043	Restaurante / Internacional	
791	Tortas ahogadas	Fco. Medina Ascencio L-I 14 Plaza Caracol (322) 22 4 98 85	Lonchería / Mexicana	
792	Tortas ahogadas Cholicos	El Salvador 171, Col. 5 De Diciembre (322) 22 4 42 24	Lonchería / Mexicana	
793	Tortas ahogadas Memos	Francia 106, Col. Versalles (322) 22 4 90 87	Fonda / Mexicana	
794	Tortas Benjo	Venezuela 139A	Lonchería / Mexicana	

Destino: PUERTO VALLARTA

795	Tortas Jugos y Más	Colombia 1111 Col. 5 De Diciembre (322) 22 2 246 15	Lonchería / Mexicana	
796	Tostadas Express	Plaza Marina, Marina Vallarta	Fonda / Mariscos	
797	Tower Pizza	Plaza Caracol Local 9A	Pizzería / Italiano	
798	Tower Pizza Centro	Av. México 1320 Col. Centro (322) 22 3 94 41	Pizzería	
799	Trattoría	Av. De las Garzas S/N (322) 22 4 02 02	Restaurante / Italiano	
800	Trattoría Michel	Olas Altas 507 Zona Romántica (322) 22 3 20 60	Restaurante / Italiano	
801	Tres Marías	Av. Los tules 437, Col. Jardines Vallarta (322) 22 5 64 76	Restaurante / Mexicano	
802	Tribu	Paseo De La Marina Sur # 220 (Int. Hotel Mayan Palace)(322)26 6 60 11	Bar	
803	Trio	Guerrero 264, Col. Centro (322)22 2 21 96	Restaurante-Bar / Mediterráneo	
804	Tropicana	Amapas # 214 (Int. Hotel Tropicana) (322) 22 6 96 96	Restaurante / Internacional	
805	Tsunami Sushi	Villas Vallarta Local 32 A Zona Hotelera	Restaurante / Japonés	
806	Tumtah	Paseo De La Marina Sur # 220 (Int. Hotel Mayan Palace)	Restaurante / Mariscos	
807	Tuti Fruti	Allende 220, Col.. Centro (322)22 2 10 68	Lonchería / Mexicana	
808	Tutto Fresco	Morelos 552, Centro (322)22 2 96 21	Lonchería / Mexicana	
809	Un Rincón de Chiapas	Mástil 2 Despacho 1 (322)29 0 34 87	Cafetería	
810	Una Página en el Sol	Olas Altas 399, Col. Emiliano Zapata(322) 22 2 36 08	Cafetería / Snack	
811	Uncommon Grounds Chill Out Lounge	Lázaro Cárdenas 625, Col. E. Zapata (322)223 38 34	Bar / Internacional	
812	Urgencia	Melchor Ocampo 147 Col. Versalles	Lonchería / Comida Rápida	
813	Vacas Grill	Francia 135 Esq. Lucerna Col. Versalles (322)29 3 50 28	Restaurante / Carnes	
814	Valentino	Flamingo Vta, Km. 6 Carr. Apto, Marina Vallarta (322) 22 1 08 89 EXT. 516	Restaurante / Italiano	
815	Vallartita	Carr. A Ixtapa 351, Frente Al Crucero	Restaurante / Mariscos	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Del Cuc		
816	Valterraza	Paseo Díaz Ordaz 556 Sdo. Piso, Malecón (322) 22 2 89 38	Restaurante / Italiano	
817	Van Gogh Café & Deli	Plaza Caracol Local 4 B (322) 22 5 20 73	Ciber-café / Comida rápida	
818	Venecia	J. Clemente Orozco 125 (Int. Hotel Canto Del Sol) (322) 2226056	Restaurante / Italiano	
819	Verde Naranja	Blvd. Fco. Medina Ascencio S/N Int F 15 Marina Vallarta (322) 22 1 13 39	Lonchería / Mexicana	
820	Viejo Vallarta	Morelos 484, Altos, Col. Centro (322) 22 2 85 58	Restaurante-Bar / Mexicano- Internacional	
821	Vips	Fco. Medina Ascencio 2900, Zona Hotelera (322) 20 9 12 80	Restaurante / Internacional	
822	Vista Grill	Pulpito 377, Col. E. Zapata (322) 22 2 35 70	Restaurante-Bar / Internacional	
823	Vista Real	Honduras # 309 (Int. Hotel Paloma Del Mar) (322) 22 2 27 90	Restaurante / Casera	
824	Vista Real	Honduras # 309 (Int. Hotel Paloma Del Mar) (322) 22 2 27 90	Bar / Internacional	
825	Vitea	Libertad 2 y Malecón, Col. Centro (322) 22 2 87 03	Restaurante-Bar / Mediterráneo	
826	Vitrales	Paseo De La Marina Sur Lote H - 7 (Int. Hotel Melia Vta) (322) 25 6 30 00	Restaurante / Italiano	
827	Viva Jalisco Tequila Bar & Restaurante	Km. 2.5 Blvd. Fco Medina A (Int. Villa Del Palmar) (322) 22 6 14 00	Restaurante-Bar / Mexicano	
828	Wasabi Sushi Bar	Marina Golf Paseo De La Marina No. 3 Local 11	Restaurante-Bar / Japonés	
829	Wings	Interior Del Aeropuerto Internacional Planta Alta	Restaurante-Bar / Mexicano	
830	Wings Army	Morelos # 484 (322) 222 - 3464	Restaurante / Americano	
831	Wings and Army	Francisco Villa cerca de Fluvial	Restaurante	
832	Work & Roll	Plaza Marina Local C-24 (322) 134 92 36	Restaurante / Asiático	
833	World Café	Carret. B De Navidad Km. 2.5 (Int. Ht)	Restaurante	

Destino: PUERTO VALLARTA

		Dreams Pto Vta) (322)25 6 50 00		
834	Yak Sport Book	Blvd. Fco. Medina Ascencio 2485	Restaurante-Bar / Comida Rápida	
835	Zanate	Basilio Badillo #219.	Restaurante-Bar	
836	Z Tai	Morelos No. 737, Col. Centro (322)22 2 03 06	Restaurante-Bar / Internacional	
837	Zip Baguetería	Plaza Caracol Local 28 B (322)29 3 55 82	Lonchería / Francesa	
838	Zoo Bar & Dance	Paseo Díaz Ordaz 630 Col. Centro (322)22 2 48 94	Restaurante-Bar / Americano	

3. AGENCIAS DE VIAJES

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Observaciones
1	Bahía Travel	Politécnico # 78, Col. Educación Puerto Vallarta Tel: (322) 221 00 05	
2	Bestours Travel And Marketinf	Orquídea # 117, Villa Las Flores Puerto Vallarta Tel: (322) 2213066	
3	Beyabeja	Lázaro Cárdenas # 241 A, Col. Centro, El Pitillal Puerto Vallarta Tel: (322) 29 903 35	
4	Canopy Tour el Eden	Predio el Venado S/N Mismaloya Puerto Vallarta Tel: (322) 224 0125	
5	Canopy Tours de los Veranos	Avenida Coyonsalo # 200, Las Juntas y Los Veranos Puerto Vallarta Tel: (322) 223 6060	
6	Caribbean Nexus Tours Operadora	Paseo de la Marina Sur # 161, Col. Marina Vallarta Puerto Vallarta Tel: (322) 209 14 97	
7	Carso Travel And Marketing	Lázaro Cárdenas No. 381 Puerto Vallarta Tel: (322) 2224553	
8	Celebrity Travel	Carretera Vallarta-Tepic No. 4766, Guadalupe Victoria Puerto Vallarta Tel: (322) 221 2030	
9	Centro de Servicios Aquarius, S.A. de C.V.	Av. Fluvial Vallarta # 201-B fracc. Fluvial Vallarta Puerto Vallarta Tel: (322) 223 5700	
10	Chico's Dive Shop	Paseo Díaz Ordaz # 772, Centro Puerto Vallarta Tel: (322) 222201	
11	Conexión Pacífica	24 de Febrero No. 1210, Villa de Guadalupe Puerto Vallarta Tel: (322) 224 6226	
12	Coordinación de Actividades Turísticas, Educativas y Empresariales	Politécnico Nacional # 98-A, Educación Puerto Vallarta Tel: (322) 225 0177	
13	D M C Vallarta	Dalias # 261, Villa Las Flores Puerto Vallarta Tel: (322) 22091438	

Destino: PUERTO VALLARTA

14	Delfines Gemelos Centro Educativo De Buceo	Av. Politécnico Nacional # 84, Educación Puerto Vallarta Tel: (322) 2931905	
15	Destination México	Milán # 301, Versalles Puerto Vallarta Tel: (322) 2937904	
16	Destinos Latinos Travel Agency	Gaviota #117, Ex Hacienda del Pitillal Puerto Vallarta Tel: (322) 224 81 20	
17	Eco Explorer	Proa S/N, Condominios Marina del Rey, local 21, Marina Vallarta Puerto Vallarta Tel: (322) 2213257	
18	Ecotours, Eco Grupos de México	Proa S/N, Condominios Marina del Rey, local 20, Marina Vallarta Puerto Vallarta Tel: (322) 2226606	
19	Eventos y Servicios Especiales	Emiliano Zapata # 462, Las Juntas Puerto Vallarta Tel: (322) 2902970	
20	Exotic Tours	Boulevard Francisco Medina Ascencio S/N, interior del Condominio Los Tules Puerto Vallarta Tel: (322) 226 6200	
21	FGP Travel	Sierra Pirineos #9 int.1 Puerto Vallarta Tel: (322) 22.24077	
22	First Class DMC	24 de febrero # 219 A, Col. Bovadilla Pitillal Puerto Vallarta Tel: (322) 293 37 92	
23	Gran Premio	Libertad # 221, esquina Juárez Puerto Vallarta Tel: (322) 222 5000	
24	Gray Line Puerto Vallarta	Rio Santiago #203 fluvial Puerto Vallarta Tel: (322) 225 1190	
25	G.L. Tour	Boulevard Francisco Medina Ascencio, km. 2.5 No. 2039, interior 211 Puerto Vallarta Tel: (322) 224 2121	
26	Heaven Travel Agency	Honduras II # 115, Col. 5 de Octubre Puerto Vallarta Tel: (322) 222 02 07	
27	Hotel Beds, Agencia de Viajes	Boulevard Francisco Medina Ascencio # 2600 Puerto Vallarta Tel: (322) 2261090	

Destino: PUERTO VALLARTA

28	Inmobiliarias de Vallarta Pacific SA de CV.	Boulevard Francisco Medina Ascencio #2485 int. Sub-e-zona hotelera Puerto Vallarta Tel: (322) 225 91 79	
29	IRS -Incentive Related Services	Politécnico nacional # 154, Educación Puerto Vallarta Tel: (322) 2241435	
30	Issalex Tours	Joaquín Amaro # 2134-A, Santa Cecilia Guadalajara Tel: 36095252	
31	IVI Puerto Vallarta & Riviera nayarit DMC	Río Amarillo # 239, Colonia Fluvial Vallarta Tel: (322) 225 0525	
32	Journey México	Blvd. Francisco Medina Ascencio # 2039, Zona Hotelera Puerto Vallarta Tel: (322) 225 9821	
33	Kamino Tideline	Berlín # 102, Dpto 2. Versalles Puerto Vallarta Tel: (322) 225 8224	
34	Mariana´s Tours	Avenida Francisco Villa # 135, Olímpica Puerto Vallarta Tel: (322) 222 7918	
35	Maritur, Recreaciones Turísticas	Avenida paseo De La Marina # 5, Marina Vallarta Tel: (322) 2210004	
36	Mascota Tours	Carretera a Las Palmas, Colonia La Desembocada Puerto Vallarta Tel: (322) 2812842	
37	México Accesible	Océano Índico # 399, Palmar De Aramara Puerto Vallarta Tel: (322) 2241868	
38	Mexico health Travel Destination	12 de octubre # 688-A colonia coapinole Puerto Vallarta Tel: (322) 299 3001	
39	Mexitur	Corona # 123, Centro Puerto Vallarta Tel: (322) 2221731	
40	Mh Tours	Violeta No. 110-A, Villa de Las Flores Puerto Vallarta Tel: (322) 221 0565	
41	Mud Rats	Columbia # 1384, 5 De Diciembre Puerto Vallarta Tel: (322) 2223802	

Destino: PUERTO VALLARTA

42	Mundo de Hoteles	Francisco Medina Ascencio km. 305, Zona Hotelera Nte Puerto Vallarta Tel: (322) 2255397	
43	Mx Travel	Blvd. Francisco Medina Ascencio #1989 Centro Comercial Villas Vallarta Local G-2 Puerto Vallarta Tel: (322) 223 5727	
44	My Best Travel Option S de RL de CV	Hidalgo#175 C colonia Centro Ixtapa Puerto Vallarta Tel: (322) 227 9515	
45	North American Travel	Marina Real # 627, Residencial Albatros Puerto Vallarta Tel: (322) 2253475	
46	Olympus Tours	Boulevard Francisco Medina Ascencio # 207 Puerto Vallarta Tel: (322) 2251984	
47	Party Vallarta	David Alfaro Siqueiros, Lote 4, Manzana 9, interior 3H Puerto Vallarta Tel: (322) 293 4511	
48	PV Event Group	David Alfaro Siqueiros, Lote 4, Manzana 9, interior 3H Puerto Vallarta Tel: (322) 2231127	
49	Rancho Andrea Tours	Domicilio Conocido en Presa Cajón de Peñas Puerto Vallarta Tel: (322) 2258294	
50	Rancho Turístico Capomo	Carretera a Las Palmas, Camino a San Sebastián Puerto Vallarta Tel: (322) 2250450	
51	Rancho Turistico Mi Rancho	Domicilio Conocido S/N la desembocada 1km arriba, Ixtapa Puerto Vallarta Tel: (322) 779 7189	
52	Royale Tours	Boulevard Francisco Medina Ascencio km. 2.5, local 1-A Puerto Vallarta Tel: (322) 224 8615	
53	Rumex Group Operadora	Privada Allende # 85-5, Col. 5 de diciembre Puerto Vallarta Tel: (322) 222 86 81	

Destino: PUERTO VALLARTA

54	Segway Vallarta	Rio Papaloapan # 141 colonial fluvial vallarta Puerto Vallarta Tel: (322) 120 6314	
55	Superior Tours Vallarta	Ignacio Luis Vallarta # 228, interior 13 Puerto Vallarta Tel: (322) 293 7226	
56	Tani Tour	José Clemente Orozco # 501-L Puerto Vallarta Tel: (322) 2250479	
57	Tau Meetings & Events Service Operadora	Av. Villa del Sol No. 587, Fracc. los Portales Puerto Vallarta Tel: (322) 2990-880	
58	Timón Tours	Mastil # 2, interior 2, Condominios Marina Sol Puerto Vallarta Tel: (322) 2210446	
59	Timón Tours	Plaza Marina Local 128, Marina Vallarta Tel: (322) 299 07 48	
60	Tour Vallarta	Lázaro Cárdenas # 381-E, Emiliano Zapata Puerto Vallarta Tel: (322) 2235445	
61	Tourex	Centro Comercial Plaza Marina, local E-11, Marina Vallarta Tel: (322) 2091319	
62	Tours & Excusiones	Carretera a Barra de Navidad km. 11.5, Mismaloya Puerto Vallarta Tel: (322) 226 0660	
63	Travel Incentive Tours	Chimo No. 527, Villas del Puerto Puerto Vallarta Tel: (322) 225 9565	
64	Travelco	Rio Amarillo # 233 fluvial Vallarta Tel: (322) 225 6232	
65	Travelex	Edificio Cielito Lindo, interior 101 Puerto Vallarta Tel: (322) 2248029	
66	Tropical Incentive Holidays	Rafael Osuna # 158 Puerto Vallarta Tel: (322) 2252401	
67	Tukari Servicios Turísticos	España # 316, Versalles Puerto Vallarta Tel: (322) 2247177	

Destino: PUERTO VALLARTA

68	Vacations Travel	José Clemente Orozco, local C-2, Zona Hotelera Las Glorias Puerto Vallarta Tel: (322) 2213727	
69	Vallarta Adventure	Mastil local 13-C, Marina Vallarta Tel: (322) 2210657	
70	Vallarta Discovery.Com	Calle Las Brisas No. 100, El Pitillal Puerto Vallarta Tel: (322) 293 17 33	
71	Vallarta Eats Food Tours Operadora	Aquiles Serdán # 375-7, Col. Emiliano Zapata Puerto Vallarta Tel: (322) 223 2861	
72	Vallarta New Age	Av. México No. 1106-A, Col 5 de Diciembre Puerto Vallarta Tel: (322) 145 3570	
73	Vallarta On Line	Sierra Rocallosa S/N Puerto Vallarta Tel: (322) 2231127	
74	Vallarta Traveller Advisors (VTA)	Obelisco # 163, Villa Las Flores Puerto Vallarta Tel: (322) 2213671	
75	Viajes Pro Pacifico	Privada Costa Rica No. 682, Centro Puerto Vallarta Tel: (322) 222 4079	
76	Viajes Ulises	Interior del hotel Vill Del Palmar Puerto Vallarta Tel: (322) 2243778	
77	VIP Class Tours	Antonio López De Santana # 202-A, Guadalupe Victoria Puerto Vallarta Tel: (322) 2229719	
78	Wild Treks Adventures	Basilio Badillo # 400, Emiliano Zapata Puerto Vallarta Tel: (322) 223 0392	
79	Xplora Adventours	Paseo De La Marina Sur # 205, Marina Vallarta Tel: (322) 2221100	
80	Xplora Adventours	Morelos # 490, Centro Puerto Vallarta Tel: (322) 2232141	
81	Xplora Adventours	Paseo Díaz Ordaz # 732 Puerto Vallarta Tel: (322) 2230661	
82	Zoologico de Vallarta	5 de mayo #700 colonia Mismaloya Puerto Vallarta Tel: (322) 228 0955	

4. INFORMACION AL TURISTA (MÓDULOS DE INFORMACIÓN, GUÍAS DE TURISTAS)

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Dirección de Turismo Puerto Vallarta	Av. Grandes Lagos 236, Fracc. Fluvial Vallarta.	Oficinas	Se ubica en el edificio UNIRSE. Tel: (322) 226.18.19
2	Turismo Municipal de Puerto Vallarta	Independencia #123 Col. Centro	Oficinas	Oficina dentro del palacio municipal.
3	OCV y Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta	Local 18 Planta Baja, Zona Comercial Continental Plaza.	Oficinas	Organismo encargado de la promoción turística.
4	Orientación Turística	Aeropuerto	Módulo	Información turística del lugar.

5. TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Vallarta Plus	Palma Real 140, entre Palma Sica y Bahía sin Nombre a dos cuadras al Sureste de la Zona Militar y a unos pasos de la Cervecería Corona.	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
2	Primera Plus	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Es una empresa de transporte foraneo, que cuenta con todos los servicios para la comodidad del turista
3	Futura	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
4	Chihuahuenses	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.

Destino: PUERTO VALLARTA

5	ETN	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
6	Turistar	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
7	Elite	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
8	Transportes y Autobuses del Pacífico (TAP)	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.

Destino: PUERTO VALLARTA

9	Transportes Norte de Sonora.	Bahía sin Nombre 363, entre Palma Real y Las Palmas a 2 cuadras al Sureste de la Zona Militar y frente a la Farmacia Guadalajara	Transporte Terrestre	Algunos destinos y orígenes: México central del Norte, Guadalajara, Zapopan, San Luis Potosí, Aguascalientes, León, Querétaro, Puebla.
10	Interjet	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales rutas: Bogotá, Guatemala, Las Vegas, Los Ángeles, Nueva York; Acapulco, Cancún, Guadalajara, Huatulco, Los Cabos, Mazatlán, México D.F., Monterrey, Oaxaca, Tampico, Toluca, Veracruz.
11	Aeromexico	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Cd. Obregón, Las Vegas, Los Angeles, Cd. De México, Mérida, Monterrey, Ontario, Chicago, San Antonio.
12	Aerocalafia	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales destinos: Mazatlán, Culiacan, Cabo San Lucas.
13	Volaris	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311	Transporte aéreo	Principales Rutas: Cancún, Cd. De México, La Paz, Los Cabos, Mazatlán,

Destino: PUERTO VALLARTA

		+52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37		Monterrey, Tijuana, Chicago, Denver, Las Vegas, Los Ángeles, Sn Diego, San Francisco
14	American Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Atlanta, San Diego, Nueva York, Londres, París
15	Air Canada	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Aerolinea nacional de Canada, y con sus oficinas en Montreal, Quebec y Canadá.
16	Alaska Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: San Francisco, Nueva York, Nueva Orleans, Los Ángeles, Ontario, Cd. De México
17	Miami Air International	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales destinos: EL Caribe, Norte America, Sudamerica y Europa.
18	Canjet Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Canada, Francia, Cancun, El Salvador.
19	Delta Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Atlanta Houston, San Francisco, Los Ángeles, Ontario
20	Frontier Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta,	Transporte aéreo	Principales Rutas: San Francisco, Nueva

Destino: PUERTO VALLARTA

		Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37		York, San Antonio.
21	USA 3000	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Mexico y el Caribe.
22	Jazz Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Canada y Estados Unidos de America.
23	Sun Country Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Vuelos: Mexico, Costa Rica, el Caribe y Estados Unidos de America.
24	Sky king	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	
25	Sunwing	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Destinos: En Toronto, El Caribe y el continente europeo
26	Tui Arkefly	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Destinos: En Toronto, El Caribe y el continente europeo
27	Air Transant	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Toronto, Canada y Montreal.

Destino: PUERTO VALLARTA

28	United Airlines	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Nueva York, Los Ángeles, Houston, San Francisco
29	US Airways	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Línea Principal de Estados Unidos, con principales destinos a México y Canadá.
30	Virgin America	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principal aeropuerto en San Francisco con destinos en Estados Unidos y México.
31	West Jet	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principales Rutas: Principales ciudades de Canadá, Estados Unidos, México y el Caribe.
32	Magnicharters	Km. 7.5 Carretera a Tepic Puerto Vallarta, Jalisco C.P. 48311 +52 (322) 221-12-98, 221-13-25, 221-15-37	Transporte aéreo	Principal Ruta: Cancún

6. CASAS DE CAMBIO

#	Nombre	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Asociación Cambiaria del Pacífico	Morelos #101, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
2	Casa de Cambio Inverlat Dec.	Benito Juárez #374, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
3	Casa de Cambio Sterling	Benito Juárez #174 Local-A, Col. Centro	Casa de cambio	Sucursal
4	Centro Cambiario Agua Marina	Cir. Comercial Marina #27, Col. Bocanegra	Casa de cambio	Independiente
5	Centro Cambiario Morgas	Amapas # 147, Col. Emiliano Zapata	Casa de cambio	Independiente
6	Centro Cambiario Velmar	Morelos #509 Local-B, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
7	Consultoría Internacional Casa de Cambio	Jesús Langarica #166, Col. 5 de Diciembre.	Casa de cambio	Independiente
8	Centro Cambiario Matute	Presidente Díaz Ordaz# 72, Col. Centro	Casa de cambio	Sucursal
9	Centro Cambiario Vista Plaza	Díaz Ordaz #534, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
10	Intercam Casa de Cambio	José María Morelos #667, Col. Centro	Casa de cambio	Sucursal
11	Multicambios La Marina	Boulevard Francisco Medina #2900, Col.LA Aurora.	Casa de cambio	Independiente
12	Sterling Casa de Cambio	Francisco Medina Ascencio #1951, Col. Zona Hotelera Norte.	Casa de cambio	Sucursal

7. COMPRAS (CENTROS COMERCIALES, CASAS DE ARTESANÍAS)

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	CENTRO COMERCIAL LA BATALLA	5 de Mayo 212 Leandro Valle, Pìllal, Puerto Vallarta, Jalisco	CENTRO COMERCIAL	01 322 224 0177
2	PARADISE MALL	Paseo de los Cocoteros Sur 85 Nuevo Vallarta Zona Hotelera, Nayarit	CENTRO COMERCIAL	01 322 226 6732
3	CENTRO COMERCIAL PARROQUIA DE VALLARTA S.A. DE C.V.	Dirección: Miguel Hidalgo 227, Puerto Vallarta Centro, 48300 Puerto Vallarta, Jalisco Teléfono:01 322 222 5757	CENTRO COMERCIAL	

8. INSTALACIONES PARA CONGRESOS Y CONVENCIONES

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Centro Internacional de Convenciones	Paseo de Las Flores No. 505, Sin Nombre C.P. 48335 Puerto Vallarta, Jalisco	Centro de convenciones	15,000 m2 con 2 salones, uno de 5,000 m2 divisible en 8 salas, otro de 450 m2 divisible en 3 salones
2	Centro de Convenciones Sheraton Buganvillas	Blvd. Francisco Medina Ascencio No. 999 Zona Hotelera Las Glorias C.P. 48333 Puerto Vallarta, Jalisco	Centro de convenciones	1,500 m2 para 1,200 personas, 17 salones y 5 salones ejecutivos
3	Centro de Convenciones Grand Velas Riviera Nayarit	Av. Cocoteros, No. 98 Sur C.P. 63735 Nuevo Vallarta, Riviera Nayarit	Centro de convenciones	Capacidad para hasta 700 personas

9. ESPARCIMIENTO (TEATROS, CINES, INSTALACIONES DEPORTIVAS, CENTROS DE ESPECTACULOS)

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Teatro Vallarta	Uruguay 184, 5 de Diciembre, 48350 Puerto Vallarta, Jalisco	Teatro	01 (322) 222-4525 Multidisciplinario
2	Cinemark Puerto Vallarta	Avenida de los Tules 178 Zona Hotelera Las Glorias, Puerto Vallarta, Jalisco	Cine	01 (322) 224-8995
3	Cinepolis	Francisco Villa 1642-A Ex Hacienda El Pitillal, Pueblo Boca de Mixmaloya, Puerto Vallarta, Jalisco	Cine	01 (322) 225-1251
4	Cine Colonial	Bolivia 1403 5 de Diciembre, Puerto Vallarta, Jalisco	Cine	01 (322) 222-1675
5	Cinepolis Puerto Vallarta	Francisco Villa 1642 Fovissste 100, Puerto Vallarta, Jalisco	Cine	01 800 120 0220
6	Cinepolis MC Lago Real	Bahía de Banderas, Nay, Nayarit	Cine	01 800 120 0220
7	Antiguo cine	México Benito Juarez Sin Nombre Loc. Valle de Banderas, Valle de Banderas, Nayarit	Cine	
8	Centro de espectaculos “Flamingo”.	Calle Febronio Uribe, Puerto Vallarta, JAL, 48333,	Centro de Espectaculos.	
9	Centro de espectaculos, “El Malecon”.	José María Morelos Num.275), Puerto Vallarta, Jalisco, México	Centro de Espectaculos	
10	Unidad deportiva municipal.	Avenida Francisco Medina Ascencio	Instalaciones Deportivas	222-0490 Multiusos
11	Terra noble spa y centro de sanación.	Tulipanes 595, Fraccionamiento Lomas de Terranoble	Instalaciones Deportivas	223-0308
12	Canchas de tenis, Marriot.	Paseo de la Marina, Hotel Casa Magna, Marriot	Instalaciones	226-0000

Destino: PUERTO VALLARTA

			Deportivas	Renta de canchas de tenis por hora
13	Mangos Beach Club	Uruguay 109, Col. 5 de Diciembre.	Instalaciones Deportivas	(322) 131-7186 / 222 0796 Club de playa con actividades deportivas
14	SPORTRANCH VALLARTA	El Colorado, Mpio. de Pto. Vallarta, Jal.	Instalaciones Deportivas	Caballos, carros y motos= 100% Diversión (Pistas especializadas)
15	Arisco México	Carretera Pto. Vta - Tepic Km. 1.53 De Las Juntas Delegacion, PUERTO VALLARTA 48291, JALISCO	Instalaciones Deportivas	Tel: (322) 291-0602 Fax: (322) 291-0602 Club deportivo
16	Operadora Deportiva de Vallarta	Fco. Villa No. 1320 Fracc. las Aralias II, PUERTO VALLARTA 48328, JALISCO	Instalaciones Deportivas	Tel: (322) 224-8773 Club deportivo
17	La Vista Club de Golf	Circuito Universidad 653 Pitillal, Puerto Vallarta 48354, JALISCO	Instalaciones Deportivas	Tel: (322) 290-0030 Fax: (322) 290-0035
18	Galerias Plumiras	Avenida las Palmas 112	Galeria	
19	Galerias de Artesanias, La Casita de Micaela	Calle Delfin 27 B	Galeria	
20	Galeria Bezan	Guadalupe Sánchez # 756	Galeria	
21	Galería Casa-Madero Manuel Lepe	Rodolfo Gómez # 128	Galeria	
22	Galería Pacífico	Juárez # 519	Galeria	
23	Galeria de ollas, Puerto Vallarta, Centro	Calle Morelos 101 3	Galeria	

Destino: PUERTO VALLARTA

24	Galerias Sergio Bustamante	Calle Juarez 716	Galeria	
25	Galeria Marina Sol	Calle Edificio Marina las Palmas 2 L 15-16	Galeria	

OTROS RUBROS

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Casino Emotion	Galerías vallarta av. Francisco medina ascencio #2920, zona hotelera norte Puerto vallarta, Jalisco.	Casino	Cuenta con Bingo, Restaurante y accesibilidad para sillas de ruedas.
2	Casino Vallarta	Blvd Fco. Medina Ascencio #2870, 48290 Puerto Vallarta	Casino	Horario Lun - Dom: 10:00 a 04:00
3	Casino Crown	Av los Tules 178 local 4J Plaza caracol ,vallarta jal.	Casino	
4	The Palm Cabaret and Bar	Olas Altas 508, Puerto Vallarta, México	Discoteca	Cuenta con shows de variedades en vivo
5	Club Roxy	Ignacio L. Vallarta 217, Puerto Vallarta, México	Discoteca	Presentaciones de bandas de rock en vivo Horario: 18:00 a 02:00 Ubicado en el corazón de la vida nocturna de Vallarta
6	Roo Night Club	Morelos 464 col. Centro, Puerto Vallarta, México	Discoteca	Horario: Lun – Dom 21:00 a 06:00
7	Mandala	Central - 640 Paseo Díaz Ordaz., Puerto Vallarta, México	Discoteca	Horario: a partir de las 21:30 hrs
8	Zoo Nightclub	Paseo Díaz Ordaz # 630, Puerto Vallarta, México	Discoteca	Horario: Lun – Dom 18:00 a 06:00 Tematizado con decoración de Jungla

Destino: PUERTO VALLARTA

9	J & B Salsa Club	Av. Francisco Medina Ascencio, km 2.5, Puerto Vallarta, México	Discoteca	Horario: Lun – Dom 21:00 a 06:00
10	Bolerama Vallarta	Proa s/n, Col. Marina sol , c.p. 48334 (Jalisco, Puerto Vallarta)	Bolerama	

III. INVENTARIO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

#	Agencia	Domicilio/ Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Turismo ambiental	Wildlife Connection-tours	Ambiental	Recorridos con énfasis en el estudio y conservación de la naturaleza
2	Pesca deportiva	Sport Fishing	Deporte	Pesca deportiva de ballenas y delfines
3	Turismo de Incentivos	Firts Class DMC	Incentivos	Empresa especializada en el manejo de grupos de incentivos, bodas, reuniones, convenciones y congresos
4	Ecoturismo	Eco Explorer Vallarta	Ecoturismo	Paseos ecoturísticos en Puerto Vallarta y Bahía de Banderas. Avistamiento de Ballenas y delfines.
5	Pesca Deportiva	Fishing Charters Pv.com	Deporte	Renta de barcos y lanchas para la pesca

Destino:					
Número del Indicador	Nombre del Indicador	Código	Cauntitativa	Cualitativa	Datos
Oferta Turística					
1	Número de museos	OT1	X		2
2	Número de monumentos	OT2	X		11
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		1647
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		70
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		1
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		9176
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		1647
8	Afluencia de transporte local del destino	OT8		X	
9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	OT9		X	
10	Número total de rutas del destino turístico	OT10	X		4
11	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico	OT11	X		0
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		4
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		113
14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	OT14		X	
15	Declaratoria de zona de monumentos históricos	OT15	X		0
16	Gasto promedio de turistas	OT16	X		Nac.\$752/Int.\$10
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		4 días
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		158
Democratización de la Productividad Turística					
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		0
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		0
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		15049
5	Tasa de desocupación	DP5	X		0
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		-1.37674
7	Índice de Marginación	DP7	X		-1.68827
8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	DP8		X	
9	Encadenamiento productivo del sector	DP9		X	
Sustentabilidad turística					
1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	ST1		X	
2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales	ST2	X		7 plantas
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		99.15% y 80.23%
4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	ST4		X	
5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	ST5		X	
6	Acciones de conservación del patrimonio	ST6	X		0
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		0
8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	ST8		X	
9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	ST9		X	
10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	ST10		X	
11	Manejo de Riesgo	ST11		X	
12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	ST12		X	
13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	ST13		X	
14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	ST14		X	
15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	ST15	X		0
16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles	ST16	X		1

17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X	4
18	Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce	ST18	X	0
19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe	ST19	X	0
20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	ST20	X	
21	Consumo de energía por cuarto	ST21	X	
Formación y certificación				
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X	9.4
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X	0
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X	0
4	Planes de capacitación turística	FC4	X	
5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	FC5	X	
6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H	FC6	X	88
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X	0
8	Número de guías de turistas certificados	FC8	X	88
9	Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes	FC9	X	
10	Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes	FC10	X	8.6
Accesibilidad e Infraestructura				
1	Conectividad aérea	AI1	X	38,790 movimien
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X	0
3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	AI3	X	
4	Calidad en el transporte local del destino	AI4	X	
5	Tarifas hoteleras	AI5	X	\$300-\$8,000
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6	X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X	0
8	Acceso a servicios básicos	AI8	X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X	19220
Seguridad Patrimonial y Física				
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1	X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X	5982
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X	659
4	Incidencia delictiva	SP4	X	5250
5	Delitos a mano armada	SP5	X	45
6	Homicidios dolosos	SP6	X	53
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X	0
8	Delitos contra la salud	SP8	X	146
9	Delitos no denunciados	SP9	X	0
10	Denuncias del fuero común	SP10	X	565
11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles	SP11	X	0
12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial	SP12	X	0
13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	SP13	X	0.49
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X	0
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X	0
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X	21
Promoción y Comercialización				
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X	10%-21% Nac 3%-23%
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X	77% Nac-80%Ext
3	Diversificación en segmento de población	PC3	X	
4	Diversificación en segmento mercado	PC4	X	
5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares	PC5	X	1
6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).	PC6	X	
7	Diversificación en segmento de mercado geográfico	PC7	X	
8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	PC8	X	

9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	PC9	X	
10	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.	PC10	X	149
Gestión del Destino				
1	Cuenta con Dirección de Turismo	GD1	X	
2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	GD2	X	
3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	GD3	X	
4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	GD4	X	
5	Programas y diagnósticos en materia turística	GD5	X	
6	Coordinación con organismos turísticos regionales	GD6	X	
7	Coordinación Institucional	GD7	X	
8	Normatividad Municipal	GD8	X	
9	Comités de turismo sustentable	GD9	X	
10	Percepción sobre el comercio ambulante	GD10	X	
11	Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	GD11	X	
12	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	GD12	X	
13	Sistema de Información Estadística del Turismo	GD13	X	
14	Nivel de Desarrollo turístico	GD14	X	0
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X	186 mill.
TICs e información al turista				
1	Portal de internet del destino	TI1	X	
2	Información actualizada en el portal de internet del destino	TI2	X	
3	Acceso a internet en sitios públicos	TI3	X	0
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X	0
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X	0
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X	0
7	Líneas telefónicas	TI7	X	1
8	Teléfonos móviles	TI8	X	0
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X	0
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X	4
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11	X	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Mérida, Yucatán

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **2**Código de Indicador: **OT2****Número de museos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	61
--	--------------------	-----------------------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de museos que tiene el Destino Turístico de Mérida, es un indicador de Oferta Cultural

Información encontrada:

En Mérida existen 61 Monumentos, algunos muy conocidos son:

- 1.- Los Arcos: Se puede visitar Los Dragones y Los Arcos de San Juan, construidos a finales del Siglo XVII como parte de un posible proyecto de fortificación de esta ciudad que nunca concluyó.*
- 2.- La Casa de los Montejo: Edificada en 1549 por los indios de Maní en la parte sur de la Plaza Principal, fue residencia del fundador de Mérida. Su portada plateresca es un notable ejemplo de la arquitectura civil de la época.*
- 3. Templo y Convento de la Consolación conocido también como "Las Monjas". El convento se concluyó el 22 de junio de 1596.*

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Ley Federal sobre Monumentos y zonas arqueológicas, artísticas e históricas.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X



Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **OT1**

Número de museos

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de museos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Cultural

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta existen 2 museos, los son:

1. **Museo Histórico Naval de Puerto Vallarta: Inaugurado el 18 de noviembre de 2006, exhibe en 5 salas objetos de expediciones y descubrimientos del Mar del Sur.**
2. **Museo de la Isla de Río Cuale: Inaugurado el 20 de Noviembre de 2004, muestra culturas prehispánicas de Occidente.**

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

X

Periodicidad de actualización:

CONACULTA

Anual

Fuente:

INEGI

Validación con:

Registro Nacional de Turismo

Otro: **CONACULTA**

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **2**Código de Indicador: **OT2****Número de monumentos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/> Valor Observado: 11
--	--------------------------------------	--

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de monumentos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Cultural

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta existen 11 monumentos clasificados de la siguiente manera:

1. Monumentos Arquitectónicos (3)
2. Monumentos Históricos (2)
3. Monumentos Arqueológicos (1)

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Método de obtención:

Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México**Permanente**

Periodicidad de actualización:

INEGI

Registro Nacional de Turismo

Otro: **Gobierno del Estado**

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **3**Código de Indicador: **OT3****Número de restaurantes y bares**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1647
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de restaurantes y bares que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta, la variedad gastronómica tiene una gran diversidad de opciones, clasificados en:

- 1.Restaurantes de Servicio Completo**
- 2.Restaurantes de Autoservicio y comida para llevar**
- 3.Centros Nocturnos, bares, cantinas y similares**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Periodicidad de actualización:

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas**Anual**

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **4**Código de Indicador: **OT4****Número de agencias de viajes**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	70
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de agencias de viajes que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Plan Municipal de Desarrollo 2030

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos
Destino: Puerto Vallarta, JaliscoFactor: **Oferta Turística**Indicador: **5**Código de Indicador: **OT5****Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1
--	--------------------	-----------------------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de zonas arqueológicas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Cultural

Detalles y Comentarios del Indicador:

**Existe en Puerto Vallarta unas zona arqueológica, la cuál es:
El Centro Ceremonial de Ixtapa, formado por 29 montículos diseminados en una superficie de 10 hectáreas aproximadamente.**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

**Comision Nacional para la Cultura y las Artes
permanente**

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **6**Código de Indicador: **OT6****Número de cuartos de hotel**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 9,176
--	---	---	------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de cuartos de hotel que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta de servicios de alojamiento.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La oferta de habitaciones que existe en el Destino Turístico de Puerto Vallarta esta distribuida en establecimientos desde 5 estrellas hasta hoteles sin categoría.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

SETUJAL

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **7**Código de Indicador: **OT7****Número de establecimientos de alimentos y bebidas**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 1647
--	--------------------------------------	--	-----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de cuartos de hotel que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta, la variedad gastronómica tiene una gran diversidad de opciones, clasificados en:

- 1.Restaurantes de Servicio Completo**
- 2.Restaurantes de Autoservicio y comida para llevar**
- 3.Centros Nocturnos, bares, cantinas y similares**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **8**Código de Indicador: **OT8****Afluencia de transporte local del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Afluencia de transporte local que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Tanto los turistas nacionales como extranjeros, opinan que el servicio de transporte público es Bueno, pero que necesita mejorar.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Plan Municipal de Desarrollo 2030

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos
Destino: Puerto Vallarta, JaliscoFactor: **Oferta Turística**Indicador: **9**Código de Indicador: **OT9***La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino*

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **10**Código de Indicador: **OT10****Número total de rutas del destino turístico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	4
--	--------------------	-----------------------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número total de rutas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta existen 4 rutas turísticas:

1. Malecón y Centro: Recorrido del Malecón, el paseo del Río Cuale, galerías de arte, tiendas y diversión. *2. Tours de exploración, Naturaleza y Cultura: nado con delfines, observación de la ballena*

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

www.zonaturistica.com

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística****11**

Indicador:

Código de Indicador: **OT11**

Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **12**Código de Indicador: **OT12****Total de rutas turísticas**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	4
--	--------------------	-----------------------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número total de rutas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta existen 4 rutas turísticas:

1. Malecón y Centro: Recorrido del Malecón, el paseo del Río Cuale, galerías de arte, tiendas y diversión.

2. Tours de exploración, Naturaleza y Cultura: nado con delfines, observación de

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Método de obtención:

Fuente:

www.zonaturistica.com

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:

--

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto,Vallarta

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **13**Código de Indicador: **OT13****Número de hoteles por categoría**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 113
--	---	---	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de hoteles por categoría que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta de servicios de hospedaje.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Existen en Puerto Vallarta hoteles en las 5 categorías por estrellas: Hoteles : 5 estrellas (26), 4 estrellas (34), 3 estrellas (28), 2 estrellas (12), 1 estrella (13). Cabe mencionar que existe un mayor número de hoteles sin categoría en Puerto Vallarta (171).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

SETUJAL

Periodicidad de actualización:

Anuario Estadístico

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **14**Código de Indicador: **OT14****Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado: 1
--	---	---------------------------------------	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta cuenta con 1 inventario de patrimonio cultural inmaterial.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **15**Código de Indicador: **OT15****Declaratoria de zona de monumentos históricos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0
--	--------------------	-----------------------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

La Declaratoria de zona de monumentos históricos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **16**Código de Indicador: **OT16****Gasto promedio de turistas**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	<input type="checkbox"/> Cualitativo	()	<input checked="" type="checkbox"/> Cuantitativo	(X)	Valor Observado: Nac.\$752/Int.\$1085
--	--------------------------------------	-----	--	-------	---------------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Gasto promedio de turistas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se genera un Gasto promedio de turistas nacionales de \$752 y de Turistas Internacionales de \$1085 por día.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Banco de México

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **17**Código de Indicador: **OT17****Estadía promedio de turistas (días)**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 4 días
--	--------------------------------------	--	-------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Estadía promedio de turistas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La Estadía promedio de turistas que existe en Puerto Vallarta esta constituid en mayor porcentaje por turistas extranjeros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Oferta Turística**Indicador: **18**Código de Indicador: **OT18****Número de actividades de ocio disponibles**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	158
--	--------------------	-----------------------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de actividades de ocio disponibles que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Oferta Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino turístico de Puerto Vallarta existen 158 actividades de ocio:
1.Aventura (64)
2.Visitas turísticas (53)
3.Bienestar y Balnearios (30)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

www.tripadvisor.com

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

--



Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **DP1**

Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen registros de Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **2**Código de Indicador: **DP2****Nivel de bienestar (calidad de vida)**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:	Alto
--	----------------------	---------------------	------------------	-------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Nivel de bienestar que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Puerto Vallarta mantiene estandares de calidad de vida comparativamente altos con respecto al resto de municipios de Jalisco.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Consejo Estatal de Población (COEPO)

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **3**Código de Indicador: **DP3****Salario promedio diario de cotización**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Salario promedio diario de cotización que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se cuentan con registros de Salario promedio diario de cotización.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **4**Código de Indicador: **DP4****Número de empleos (directos) en el sector turístico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 15,049
--	-------------	-----	--------------	-------	-------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de empleos (directos) en el sector turístico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 15,049 trabajadores en base a datos proporcionados por el IMSS de los cuales:

- 1.Preparación y Servicio de Alimentos y Bebidas (4,083)**
- 2.Servicios de Alojamiento Temporal (10,446)**
- 3.Servicios Recreativos y de Esparcimiento (520)**

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **5**Código de Indicador: **DP5****Tasa de desocupación**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Tasa de desocupación que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta no cuenta con registros de Tasa de desocupación.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **6**Código de Indicador: **DP6****Índice de Rezago Social**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	-1.37674
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Índice de Regazo Social que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existe un Índice de Rezago Social bajo en comparación con los otros municipios del Estado.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Consejo Nacional de Evaluación de la Política y Desarrollo Social

Periodicidad de actualización:

Quinquenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **7****Índice de Marginación**Código de Indicador: **DP7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	-1.68827
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Índice de Marginación que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el destino turístico de Puerto Vallarta existe un Índice de Marginación bajo en referencia a los otros municipios del Estado.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

**Instituto Nacional de Estadística y Geografía
semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: CONAPO

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**Indicador: **8**Código de Indicador: **DP8****Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Medición del Impacto social y productivo del Turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se encuentran registros de la Medición del Impacto social y productivo del Turismo- SAM

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:



Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **DP9**

Encadenamiento productivo del sector

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Encadenamiento productivo del sector que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen :Encadenamientos productivos que el sector turístico genera en los sectores de servicios personales, comercio y transporte, entre otros, seguramente las actividades productivas relacionadas con el turismo explican más del 50% de la economía municipal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría del Turismo del Estado

Periodicidad de actualización:

permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **1**Código de Indicador: **ST1****Tratamiento de aguas residuales y pluviales**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:	Altos %
--	----------------------	---------------------	------------------	---------

¿Qué mide el indicador/variable?

El tratamiento de aguas residuales y pluviales que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística

Detalles y Comentarios del Indicador:

Puerto Vallarta cuenta con: Agua Entubada 92.51%, Alcantarillado 80.23% y Saneamiento 82.63%

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

SETUJAL

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SETUJAL

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **2**Código de Indicador: **ST2****Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales**Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

7 plantas

¿Qué mide el indicador/variable?

El número de plantas de tratamiento de aguas residuales que operan en el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador Sustentabilidad

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con una infraestructura de 7 plantas de tratamiento de aguas residuales, cuya capacidad en conjunto alcanza cerca de 1 mil 300 litros por segundo de tratamiento.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Comisión Estatal del Agua de Jalisco (CEA)

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: CEA

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **3**Código de Indicador: **ST3****Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 99.15% y 80.23%
--	-------------	-----	--------------	-------	----------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de

Detalles y Comentarios del Indicador:

El porcentaje del sistema de drenaje y alcantarillado representa la cobertura del Centro Histórico del destino de Puerto Vallarta.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

SETUJAL

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: SETUJAL

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **4**Código de Indicador: **ST4****Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	()	Valor Observado:
--	-------------	-------	--------------	-----	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio de Puerto Vallarta se generan 226.94 toneladas de residuos sólidos al día. El sistema de manejo de residuos está conformado por tres subsistemas:

1. Barrido manual y mecánico, cubre calles, avenidas y playas.

Observación directa

X

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Método de obtención:

Fuente: *Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado*

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: Ayuntamiento de Puerto Vallarta

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **5****Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)**Código de Indicador: **ST5**Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")Cualitativo Cuantitativo

Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?

Programas en materia de educación ambiental privado

Detalles y Comentarios del Indicador:

A nivel Estatal se lleva a cabo el programa "Cumplimiento Ambiental Voluntario" que tiene como objetivo fomentar, inducir y concertar con los sectores productivos de Jalisco, a cumplir las obligaciones previstas en legislación ambiental estatal e incluso a asumir compromisos ambientales superiores, ello, previa concertación con los

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Gobierno del Estado de Jalisco

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **6**Código de Indicador: **ST6****Acciones de conservación del patrimonio**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Acciones de conservación del patrimonio natural en el municipio de Puerto Vallarta

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio de Puerto Vallarta se han decretado un Área Natural Protegida "Estero El Salado", con el propósito de preservar los ecosistemas teniendo un aprovechamiento sustentable.

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Secretaría de Medio Ambiente y Recursos**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **7**Código de Indicador: **ST7****Áreas naturales protegidas**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Cuantificación de territorio bajo decreto oficial de Área Natural Protegida e identificación de principal problemática.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el municipio de Puerto Vallarta existe un Área Natural Protegida (ANP): Estero El Salado con una superficie de 168 hectáreas (decreto Estatal). en cuanto a la problemática que se presenta en esta ANP, tiene un deficiente control en cuanto al uso de suelo dado a la presencia de construcciones cerca

Observación directa

X

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Método de obtención:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:**Secretaría de Medio Ambiente y Recursos**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **8**Código de Indicador: **ST8****Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Modelos de Ordenamiento Ecológico Territorial en el municipio de Puerto Vallarta

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se cuenta con el Modelo de Ordenamiento Ecológico Territorial y el Mapa de Regiones Prioritarias del municipio de Puerto Vallarta, éstos tiene última fecha de actualización al año 2006.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial

Periodicidad de actualización:

No definido

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **9**Código de Indicador: **ST9****Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existe la colaboración de FONATUR con un estudio denominado "Líneas de Acción para el Ordenamiento Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta".

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Turismo

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **10**Código de Indicador: **ST10****Ordenamiento ecológico territorial decretado**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El ordenamiento ecológico territorial decretado que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de Puerto Vallarta cuenta con el "Plan Parcial de Desarrollo Urbano" En donde se abordan temas tales como vegetación y fauna, aspectos ambientales, paisaje natural, peligros naturales, uso potencial del suelo, síntesis de los factores naturales, entre otros y se dan posibles soluciones a las

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

x

Método de obtención:

Gobierno Municipal

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Ayuntamiento de Puerto Vallarta**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **11**Código de Indicador: **ST11****Manejo de Riesgo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El manejo de riesgo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El municipio de Puerto Vallarta cuenta con un plan de manejo de riesgos que es dirigido por protección civil, así mismo se cuenta con un mapeo de las zonas susceptibles a hundimientos del suelo e inundaciones.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Protección civil Estatal y Municipal

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Protección civil Estatal y Municipal**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **12**Código de Indicador: **ST12****Programas y diagnósticos en materia turística municipal**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los programas y diagnósticos en materia turística municipal que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existe el Programa Municipal de Educación Ambiental, en el cual se identifican las Líneas Estratégicas conforme al Plan Municipal de Desarrollo y las actividades y acciones aplicadas según las necesidades de la región.

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

x

Fuente:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **13**Código de Indicador: **ST13****Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se tienen registradas las aplicaciones del sistema de indicadores en el Programa Municipal de Educación Ambiental , llevadas a cabo por las Dependencias de Gobierno, escuelas, campañas, concientización en el destino.

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

x

Fuente:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **14**Código de Indicador: **ST14****Planes y programas en materia de educación ambiental educativo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Planes y programas en materia de educación ambiental educativo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el ámbito Municipal se está trabajando con el Programa Municipal De Educación Ambiental el cual se está puliendo, asesorado por SEMARNAT Y SEMADET, para homologar o según el caso la elaboración de los programas en educación ambiental de los municipios y estados de la Nación.

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

H. Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **15**Código de Indicador: **ST15****Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--------------------------------------	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se encuentra ningún registro referente a este Indicador.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **16****Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles**Código de Indicador: **ST16**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 1
--	--------------------------------------	--	--------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existe un establecimiento con Certificación de Calidad Ambiental Turística el Hotel Sheraton Buganvillas Resort & Centro de Convenciones Puerto Vallarta

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

X

Fuente:

SECTUR, SEMARNAT, PROFEPA

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **17**Código de Indicador: **ST17****Certificado Programa Playas Limpias**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El Certificado Programa Playas Limpias que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 13 playas de acceso al público de las cuales solamente 4 están certificadas:

- 1.Playa Camarones**
- 2.Playa Garza Blanca**
- 3.Conchas Chinas**
- 4.Playa de Oro**

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

H.Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **18**Código de Indicador: **ST18****Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta no cuenta con programas de Balnearios Naturales Limpios de agua dulce.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:
Periodicidad de actualización:

**H. Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta
semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **19**Código de Indicador: **ST19****Número de establecimientos con Certificado Green Globe**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de establecimientos con Certificado Green Globe que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen establecimientos con Certificado de Green Globe.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **20**Código de Indicador: **ST20****Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no tiene certificación de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Sustentabilidad Turística**Indicador: **21**Código de Indicador: **ST21****Consumo de energía por cuarto**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Consumo de energía por cuarto que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Sustentabilidad Turística.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existe registros de Consumo de energía por cuarto.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización: **semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **1**Código de Indicador: **FC1****Grado promedio de escolaridad**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	9.4
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

El Grado promedio de escolaridad que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existe un promedio de escolaridad de 9.4 en la población de 15 y más años.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **2**Código de Indicador: **FC2****Recursos humanos calificados para atender el sector turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Recursos humanos calificados para atender el sector turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta no cuenta con registros de Recursos humanos calificados para atender el sector turismo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **3**Código de Indicador: **FC3****Porcentaje de personal del destino con educación turística**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de personal del destino con educación turística que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta no tiene registros del Porcentaje de personal del destino con educación turística.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **4**Código de Indicador: **FC4****Planes de capacitación turística**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Planes de capacitación turística que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se tienen aún desarrollados los planes solo están como una de las metas del Plan Municipal de Desarrollo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Secretaría de Turismo y Fideicomiso de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **5****Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido**Código de Indicador: **FC5**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se han desarrollado los planes de capacitación turística.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Secretaría de Turismo y Fideicomiso de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **6****Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H**Código de Indicador: **FC6**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 88
--	--------------------------------------	--	---------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 88 establecimientos de alimentos y bebidas, siendo solamente un 11% del total de lugares con este servicio.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Turismo

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **7**Código de Indicador: **FC7****Porcentaje de empresas con distintivo M**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de empresas con distintivo M que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se cuentan con registros del porcentaje de empresas con distintivo M.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **8**Código de Indicador: **FC8****Número de guías de turistas certificados**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	88
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de guías de turistas certificados que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 88 guías turísticos certificados.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Secretaría de Turismo

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **9***Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes*Código de Indicador: **FC9**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	<input checked="" type="checkbox"/> Cualitativo	(X)	<input type="checkbox"/> Cuantitativo	()	Valor Observado:
--	---	-------	---------------------------------------	-----	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta tiene registros de Satisfacción de los visitantes en el Anuario Estadístico elaborado por la Secretaría de Turismo del Estado. Ademas de los registros del Centro de Estudios Superiores en Turismo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Turismo del Estado

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Formación y Certificación**Indicador: **10***Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes*Código de Indicador: **FC10**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 8.6
--	--------------------------------------	--	----------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Formación y Certificación.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta registra un índice de satisfacción de 8.6 de los visitantes, catalogado como excelente.

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Centros de Estudios Superiores en Turismo

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **1**Código de Indicador: **AI1****Conectividad aérea**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 38, 790 movimientos
--	--------------------------------------	--	--------------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Conectividad aérea que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 38, 790 movimientos de llegadas y salidas por año, en vuelos nacionales y extranjeros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Aeroportuario de la Ciudad de México

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **2**Código de Indicador: **AI2****Existencia de servicios de apoyo al turista**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Existencia de servicios de apoyo al turista que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen servicios de apoyo al turista en cuestión de accesibilidad e infraestructura.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **3**Código de Indicador: **A13****Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado: 12,736
--	---	---------------------------------------	-------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se cuenta con una longitud total de 12,736 km de carretera.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Secretaría de Telecomunicaciones y Transporte

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **4**Código de Indicador: **AI4****Calidad en el transporte local del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Calidad en el transporte local del destino que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta el servicio de transporte local esta calificado como pésimo por el alto costo y la falta de horarios fijos.

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Centro Estatal de Investigación de la Vialidad y el Transporte

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **5**Código de Indicador: **A15****Tarifas hoteleras**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: \$300-\$8,000
--	-------------	-----	--------------	-------	--------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Las Tarifas hoteleras que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta las tarifas pueden oscilar entre \$300 y \$8,000, según la categoría que va de 2 a 5 estrellas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Expedia. Com

Periodicidad de actualización:

Semanal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **6**Código de Indicador: **AI6****Reglamento de imagen urbana vigente**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Reglamento de imagen urbana vigente que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se cuenta con un Reglamento de Imagen urbana con el objetivo de conservar y aprovechar los recursos en el desarrollo del municipio.

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

X

Fuente:

H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **7***Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados*Código de Indicador: **AI7**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--------------------------------------	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen datos con referente a este indicador.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **8**Código de Indicador: **AI8****Acceso a servicios básicos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Acceso a servicios básicos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se identifica una situación complicada en los accesos a servicios básicos por el alto crecimiento de la población y de una alta dispersión territorial de la población.

Método de obtención:

- Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

- INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**Indicador: **9**Código de Indicador: **AI9****Flujo de Personas y Medios de Transporte**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	19,220
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	--------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Flujo de Personas y Medios de Transporte que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se cuenta con 19,220 unidades de transporte local.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Banco de Desarrollo de America Latina

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **1**Código de Indicador: **SP1****Percepción del nivel de inseguridad**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:	bajo
--	---	---------------------------------------	------------------	------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Percepción del nivel de inseguridad que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta cuenta con un bajo índice de inseguridad, el cual se ve reflejado en el aumento de turistas en el Destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **2**Código de Indicador: **SP2****Porcentaje de delitos menores en relación a la población**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	5,982
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de delitos menores en relación a la población que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta hubo en el año 2010, 5,982 delitos registrados por robo y asaltos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **3**Código de Indicador: **SP3****Número de policías en relación a la población**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	659
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de policías en relación a la población que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 659 elementos policíacos en 2010.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Tablero de Indicadores del Desarrollo Municipal

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **4**Código de Indicador: **SP4****Incidencia delictiva**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	5,250
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Incidencia delictiva que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Ocurrieron 5250 delitos del fuero común en el año 2011.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Tablero de Indicadores del Desarrollo Municipal

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **5**Código de Indicador: **SP5****Delitos a mano armada**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	45
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Delitos a mano armada que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se realizaron 45 actos ilícitos con armas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Tablero de Indicadores del Desarrollo Municipal

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **6**Código de Indicador: **SP6****Homicidios dolosos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	53
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Homicidios dolosos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se registraron 53 homicidios dolosos en el año 2011.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Tablero de Indicadores del Desarrollo Municipal

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **7**Código de Indicador: **SP7****Delitos a las instituciones de banca y crédito**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Delitos a las instituciones de banca y crédito que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se registro 1 delito de robo bancario en el 2011.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Tablero de Indicadores del Desarrollo de Jalisco

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **8**Código de Indicador: **SP8****Delitos contra la salud**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	146
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Delitos contra la salud que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se sentenciaron en 2011 a 146 individuos por delitos contra la salud en el municipio de Puerto Vallarta. Fuero Federal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico de Jalisco.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **9**Código de Indicador: **SP9****Delitos no denunciados**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Delitos no denunciados que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No hay información de este tipo por municipio, solamente a nivel estatal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **10**Código de Indicador: **SP10****Denuncias del fuero común**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	565
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

Las Denuncias del fuero común que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta en 2011 se realizaron 565 delitos del fuero común con una tasa de 8.66 delitos por cada 1,000 habitantes.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico de Jalisco.

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **11****Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles**Código de Indicador: **SP11**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No se tienen registros de este indicador en el Destino Turístico de Puerto Vallarta

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **12**Código de Indicador: **SP12****Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No se tienen registros de este indicador en el Destino Turístico de Puerto Vallarta.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **13**Código de Indicador: **SP13****Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	49%
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se deposita en forma adecuada el 49.24% de los residuos sólidos municipales generados y recolectados en el municipio. El resto se deposita en tiraderos a cielo abierto o en sitios clandestinos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **14**Código de Indicador: **SP14****Volumen reciclado de desechos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Volumen reciclado de desechos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen registros de Volumen de reciclado de desechos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **15**Código de Indicador: **SP15****Programas para el manejo de residuos peligrosos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Programas para el manejo de residuos peligrosos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no existen registros de Programs para el manejo de residuos peligrosos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**Indicador: **16**Código de Indicador: **SP16****Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	21
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	----

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Centros de cuidados de la salud (Hospitales, clínicas) que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 21 unidades médicas

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

**Instituto Nacional de Estadística y Geografía
semanal, mensual, trimestral, anual, permanente**

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **1**Código de Indicador: **PC1****Porcentaje de visitantes y turistas que regresan**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 10%-21% Nac 3%-23% Extr.
--	--------------------------------------	--	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de visitantes y turistas que regresan que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta el porcentaje de visitantes y turistas que regresan oscila : En el Mercado Nacional de 2-3 veces el 21% , 4-5 veces 12% y 6 o más 10% y en el Mercado Extranjero de 2-3 veces el 23%, 4-5 veces 8% y 6 o más 3%.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **2**Código de Indicador: **PC2****Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Quantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado: 77% Nac-80%Extr.
--	--------------------------------------	--	-----------------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Porcentaje de visitantes que recomiendan el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta es recomendado por turistas Nacionales en 77% y los Extranjeros en 80%.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Secretaría de Turismo

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **3**Código de Indicador: **PC3****Diversificación en segmento de población**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Diversificación en segmento de población que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el destino turístico de Puerto Vallarta existe un porcentaje mayor de mercado nacional como un 59% , siendo en su mayoría hombres .

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **4**Código de Indicador: **PC4****Diversificación en segmento mercado**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Diversificación en segmento de mercado que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta el mercado se diversifica en actividades de playa, romance, ecoturismo y de aventura.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

x

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **5**Código de Indicador: **PC5****Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

La Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes u organismos similares que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con la infraestructura que permite la realización de grandes eventos como Congresos, Convenciones, Exposiciones, Conciertos entre otros. Consta de un edificio de 15,000 m² de construcción sobre una superficie de terreno de 17 hectáreas que permite

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:
Periodicidad de actualización:

Gobierno del Estado
Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **6**Código de Indicador: **PC6****Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's)
(Gestión local).**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Grado de participación de los Destination Management Companies que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En Puerto Vallarta existen 22 DMC's que se especializan en la realización de eventos principalmente.

Existe un buen nivel de profesionalismo en las DMC en Puerto Vallarta; sin embargo, hay dos asociaciones que agremian a dichas entidades económicas y

Método de obtención:

Observación directa

X

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

Guía Oficial de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Mensual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fideicomiso de Puerto Vallarta**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **7**Código de Indicador: **PC7****Diversificación en segmento de mercado geográfico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Diversificación en segmento de mercado geográfico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta los visitantes son procedentes en su mayor porcentaje del interior del Estado de Jalisco con 34% y del Extranjero pertenecientes de USA en un 78%.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **8**Código de Indicador: **PC8****Alcance de las campañas y medios de promoción.**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Alcance de las campañas y medios de promoción que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta cuenta con campañas de publicidad que se realizan en Estados Unidos, Canadá y México, siendo estos los mercados más importantes para el destino. La mezcla de medios publicitarios se dirige al consumidor según su comportamiento en el mercado.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

x

Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **9**Código de Indicador: **PC9*****Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Promoción y Comercialización.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino Turístico de Puerto Vallarta no tiene Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Promoción y Comercialización**Indicador: **10**Código de Indicador: **PC10****Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	149
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	-----

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de agencias de viajes mayorista que promocionen el destino que tiene de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen 149 agencias mayoristas que venden el destino vendiendo el servicio por paquetes en donde va incluida la transportación, el hospedaje y los recorridos en el lugar.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Sección Amarilla

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **1**Código de Indicador: **GD1****Cuenta con Dirección de Turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La existencia de Dirección de Turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La Dirección de Turismo del destino Turístico de Puerto Vallarta es la encargada de la promoción de programas culturales y de entretenimiento, además de la promoción y el fomento de la actividad turística.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Dirección de Turismo Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **2**Código de Indicador: **GD2****Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

La Coordinación entre los niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios es uno de los retos del Plan Estatal de Desarrollo 2011-2015

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Gobierno del Estado de Jalisco

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:



Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **GD3**

Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado) que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No existe Marco regulatorio estatal dentro del Destino de Puerto Vallarta

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **4**Código de Indicador: **GD4****Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se ve reflejado con Marco regulatorio en la congruencia de los programas municipales en materia turística, con el Plan Nacional y la Ley.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Entrevista Directa

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Política Nacional Turística**

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **5**Código de Indicador: **GD5****Programas y diagnósticos en materia turística**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Programas y diagnósticos en materia turística que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se obtiene el diagnóstico a través de la consulta empresarial, principalmente, para concertar propuestas en el municipio y diseñar los programas a desarrollar. Que se han centrado en la promoción, principalmente. No en la innovación.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Gobierno del Estado de Jalisco

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Página web Gobierno del Estado**

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **6**Código de Indicador: **GD6****Coordinación con organismos turísticos regionales**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Coordinación con organismos turísticos regionales que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se realizan reuniones frecuentes, pero aunque se llega a acuerdos concretos, no se hacen efectivas las acciones de manera conjunta, invalidando el compromiso de cada actor y los organismos finalmente trabajan aisladamente.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Páginas web de los organismos, observación directa.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **7**Código de Indicador: **GD7****Coordinación Institucional**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Coordinación Institucional que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se realizan reuniones periodicas previamente programadas, pero aunque se llega a acuerdos concretos, no se hacen efectivas la totalidad de las acciones. Ademas de que se provoca que los presupuestos estimados se incrementen por la falta de una coordinacion conjunta en la realizacion de las acciones.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X
X

Fuente:

Dirección de Turismo Municipal y SETUJAL

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: Páginas web oficiales de las Instituciones

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **8**Código de Indicador: **GD8****Normatividad Municipal**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Normatividad Municipal que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se cuenta con una adecuada reglamentación basada en leyes y acuerdos en todo lo relacionado a sus funciones como ayuntamiento, solo que no siempre se aplican cabal y coordinadamente.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

H. Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **9**Código de Indicador: **GD9****Comités de turismo sustentable**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Comités de turismo sustentable que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Se desconoce la existe de un Comité como tal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **10**Código de Indicador: **GD10****Percepción sobre el comercio ambulante**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Percepción sobre el comercio ambulante que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se cuenta con un reglamento de comercio ambulante para la regulación de los mismos. Existe la inconformidad de los habitantes y los comerciantes fijos del centro histórico ante la competencia desleal y la mala imagen que se da a ciertos puntos del municipio.

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

X
X

Fuente:

H.Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **11**Código de Indicador: **GD11****Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta se puede considerar que ha sido bueno el involucramiento de los empresarios y la sociedad civil para el desarrollo del destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Gobierno del Estado, Ayuntamientos y Empresarios del Sector.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Gobierno Estatal y Municipal

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **12**Código de Indicador: **GD12****Participación de la sociedad en los eventos turísticos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:
--	----------------------	---------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La Participación de la sociedad en los eventos turísticos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En ocasiones se realiza una evaluacion de los eventos a traves de una aplicación de encuestas de satisfaccion y conteo de asistentes. Se puede decir que en Vallarta, en temporadas altas, hay mucha participación.

Método de obtención:

- Observación directa
- Registros Administrativos
- Información Estatal
- Información de la Web

X
X
X

Fuente:

H. Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

- INEGI
- Anuario Estadístico
- Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **13**Código de Indicador: **GD13****Sistema de Información Estadística del Turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/> (X)	Cuantitativo <input type="checkbox"/> ()	Valor Observado:	1
--	--	--	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El Sistema de Información Estadística de Turismo que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Sistema de Información Estadística de Turismo que existe del Destino Turístico de Puerto Vallarta es el Anuario de Secretaría de Turismo de Jalisco.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI

X

Anuario Estadístico

Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **14**Código de Indicador: **GD14****Nivel de Desarrollo turístico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Nivel de Desarrollo turístico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta mediante el análisis de estos indicadores se dejado entre ver, la baja calidad del turismo y la pérdida de su competitividad

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X
X

Fuente:

Gobierno del Estado y Ayuntamiento de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

X
X

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **Gestión del Destino**Indicador: **15**Código de Indicador: **GD15****Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 186 mill.
--	-------------	-----	--------------	-------	----------------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El presupuesto gubernamental que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de Gestión del Destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

El presupuesto inicial estatal para el desarrollo y fomento al turismo es de 186 millones de pesos, lo que representa apenas el 0.23% del presupuesto público total asignado para este periodo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Gobierno del Estado

Periodicidad de actualización:

Sexenal

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **1**Código de Indicador: **TI1****Portal de internet del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El portal de internet que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino de Puerto Vallarta cuenta con una Guía Oficial :
<http://visitapuertovallarta.com.mx/vive-vallarta/>, el cual ofrece información de oferta turística tanto en establecimientos, sitios de interés, donde comer, eventos especiales, vida nocturna, entre otros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **2**Código de Indicador: **TI2****Información actualizada en el portal de internet del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	---	---------------------------------------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

La información actualizada en el portal de internet que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El portal de internet del destino, cuenta con información actualizada en boletines y noticias de los acontecimientos más relevantes en Puerto Vallarta.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Guía oficial de Turismo en Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **3**Código de Indicador: **TI3****Acceso a internet en sitios públicos**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

El acceso a internet en sitios públicos que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se cuenta con Accesos de internet en sitios públicos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **4****Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés**Código de Indicador: **TI4**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input type="checkbox"/>	Cuantitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--------------------------------------	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Las aplicaciones turísticas para móviles que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el portal oficial aparentemente se ofrece una versión móvil pero no esta habilitada.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Portal oficial de Turismo de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **5**Código de Indicador: **TI5****Indicadores de localización del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los indicadores de localización del destino que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se tienen registros de Indicadores de localización del destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **6**Código de Indicador: **TI6****Hits de visitas al portal del destino**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los Hits de visitas al portal del destino que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Informacion al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

N/D

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **7**Código de Indicador: **TI7****Líneas telefónicas**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

Las líneas telefónicas que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El destino turístico de Puerto Vallarta, tiene Líneas telefónicas para darle al turista información interes y de atención de cualquier tipo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **8**Código de Indicador: **TI8****Teléfonos móviles**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Los teléfonos móviles que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se tiene ningún registro con relación a la existencia de Teléfonos móviles.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Validación con:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **9**Código de Indicador: **TI9****Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

Las Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta no se tienen registros de Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **10**Código de Indicador: **TI10****Existencias de puntos de información turística**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	()	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4
--	-------------	-----	--------------	-------	------------------	---

¿Qué mide el indicador/variable?

La Existencia de puntos de información turística que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

En el Destino Turístico de Puerto Vallarta existen modulos de atención turística para informar al turista.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Entrevista con Promotor Turístico

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Puerto Vallarta, Jalisco

Factor: **TICs e Información al turista**Indicador: **11**Código de Indicador: **TI11****Sistema de Información Estadística del Turismo**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo <input checked="" type="checkbox"/>	Cuantitativo <input type="checkbox"/>	Valor Observado:
--	--	--	------------------

¿Qué mide el indicador/variable?

El Sistema de Información Estadística que tiene el Destino Turístico de Puerto Vallarta, es un indicador de TICs e Información al turista.

Detalles y Comentarios del Indicador:

El Destino turístico de Puerto Vallarta cuenta con un Anuario Estadístico del Turismo, en el cual se registra la situación productiva y económica del destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Anuario Estadístico

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:



AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

**FICHAS DESCRIPTIVAS DE LAS PROBLEMÁTICAS
IDENTIFICADAS POR CAPÍTULO DEL DIAGNÓSTICO
DE PUERTO VALLARTA**

Octubre 2013



1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL



1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

PROBLEMÁTICA: Atractivos naturales y culturales.

Falta de aprovechamiento del potencial del patrimonio natural y cultural con potencial para uso recreativo y turístico.



CAUSAS:

Dependencia de los productos tradicionales propios de un destino de playa.

Falta de puesta en valor de algunos sitios naturales con potencial turístico (e.g.: actividades de ecoturismo en el estero “El Salado”).

Falta de puesta en valor del patrimonio cultural (e.g.: las edificaciones del arquitecto Freddy Romero).

EFFECTOS:

No se han incorporado nuevos productos turísticos para diversificar la oferta de atractivos, esto es, parques temáticos, festivales, avistamiento de ballenas, entre otros.



1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Arquitectura tradicional.

Pérdida de la imagen tradicional de “Pueblo Típico”. La arquitectura típica fue un atractivo turístico de Puerto Vallarta.



CAUSAS:

La proliferación de construcciones modernas con un tipo de arquitectura que difiere del estilo arquitectónico serrano, propio de la Sierra y que se implementó en este lugar.

El crecimiento urbano y los desarrollos turísticos altamente concentrados alrededor de la bahía han causado efectos negativos sobre el entorno natural.

La reestructuración del malecón.

EFFECTOS:

Puerto Vallarta es percibido como cualquier otro destino turístico de sol y playa.

Se percibe una transformación del paisaje urbano.

Puerto Vallarta ya no es un pueblo tradicional y tampoco es un destino que ofrece la mejor infraestructura turística.



1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Atractivos turísticos.

No existe un inventario oficial de actividades y atractivos turísticos.

CAUSAS:

Poco interés de las autoridades, a nivel nacional, estatal y local para llevar a cabo un inventario de atractivos turísticos para el destino.

La elaboración de este inventario se encuentra en calidad de proyecto.



EFFECTOS:

Los visitantes se enfocan en el atractivo tradicional de este destino, la playa.

Los atractivos con potencial turístico no son puestos en valor por parte de las autoridades de la Secretaría de Turismo.





1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Madurez del destino

Puerto Vallarta, como destino de sol y playa, ha descendido en la preferencia de visita por parte de los turistas estadounidenses.



CAUSAS:

Puerto Vallarta, como destino de sol y playa se encuentra en una etapa crítica, pues comienza a dejar de captar mercado estadounidense, ante tal situación, recurre al abaratamiento de los servicios turísticos.



EFFECTOS:

Agotamiento del modelo de sol y playa.
Captación de menos ingresos económicos.



1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Desarticulación del destino con municipios vecinos.

Escasa integración a nivel intermunicipal para reforzar la práctica turística en Puerto Vallarta y su entorno, esto es, los municipios de Bahía de Banderas, San Sebastián del Oeste, Mascota y Cabo Corrientes.



CAUSAS:

Ausencia de un marco institucional vinculante.

Falta de una planeación coordinada por parte de los actores locales, como son las autoridades locales y el sector empresarial.

Desconocimiento de los recursos y potencialidades turísticos tanto para consolidar como crear productos turísticos.

EFFECTOS:

Dispersión de esfuerzos y de recursos económicos (e.g. campañas publicitarias).

Se carece de productos turísticos que sean identificados con base en una idea de metrópoli.

Actividad de bajo impacto económico y social.



2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS



2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

PROBLEMÁTICA: Hospedaje.

El abaratamiento de la oferta de hospedaje con el fin de tener mayor afluencia y mejores coeficientes de ocupación.



CAUSAS:

Carencia de una estrategia eficaz en cuanto a los segmentos de mercado que se desea atraer al destino.

Atracción de turistas con un menor poder adquisitivo.

La oferta de hospedaje no ha sido renovada, innovadora y no satisface a los mercados más sofisticados.



EFFECTOS:

Demandas poco exigentes y sofisticadas, de bajo poder adquisitivo y gasto.

Poco desarrollo en la oferta de hospedaje.

Hay una baja en la ocupación hotelera.

En algunos casos, las instalaciones son obsoletas y no están a la vanguardia de las nuevas demandas y necesidades del cliente.

El 60% de los establecimientos de hospedaje se encuentran en el rango de "sin categoría".



PROBLEMÁTICA: Condominios.

El aumento de la oferta de condominios. Los condominios representaron el 43% de la oferta de alojamiento en Puerto Vallarta en el año 2012.



CAUSAS:

La estructura del destino ha correspondido a una oferta principalmente extra hotelera, ya que ninguna de las categorías de hospedaje hotelero alcanza por sí sola dicho volumen de cuartos ofrecidos.

EFFECTOS:

Poca estimulación por la oferta hotelera por parte de los inversionistas.

Disminución del gasto de los visitante en el destino.



PROBLEMÁTICA: Estacionalidad.
Alta estacionalidad de la demanda turística.



CAUSAS:

No se han analizado ni explorado nuevos segmentos de mercado, como el de incentivos, con el fin de que visiten el destino en las temporadas bajas.

EFFECTOS:

Baja afluencia turística y bajos coeficientes de ocupación del destino.



2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

PROBLEMÁTICA: Información al turista.

Falta de más módulos de información dirigida a los turistas, respecto a atractivos y servicios turísticos.



CAUSAS:

Escaso presupuesto e interés a nivel estatal y municipal para proporcionar información a los turistas.

EFFECTOS:

No se conocen ni se visitan los atractivos de la ciudad, con lo que disminuye el interés y una corta estancia promedio por parte de los visitantes.

Mala percepción del destino por parte de los turistas.



3. PERFIL SOCIOECONÓMICO



3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

PROBLEMÁTICA: Sector turismo.

Excesiva concentración de la actividad económica en torno al turismo. El turismo es la base de la economía local de Puerto Vallarta.



CAUSAS:

Falta de planeación de la actividad turística.

Escasa promoción e incentivos para el desarrollo de actividades complementarias.

Modelo turístico tradicional soportado en los atractivos naturales.

Casi el 80% del empleo en Puerto Vallarta se relaciona con actividades vinculadas con el turismo.

Poca diversificación de la economía.

EFFECTOS:

Economía altamente dependiente del turismo (inversión y empleo).

Sistema económico muy vulnerable a choques externos.

Sobreexplotación de recursos naturales.

Vulnerabilidad ante posibles contingencias externas, dada la fuerte dependencia existente del mercado estadounidense.



3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

PROBLEMÁTICA: Desarrollo regional.
Causales de acumulación (desarrollo regional desigual).

CAUSAS:

Alta concentración productiva en la región dominante (Puerto Vallarta y Bahía de Banderas), adquiriendo una ventaja de localización sobre las demás poblaciones.

La inversión y el desarrollo de servicios de hospedaje se concentran en Bahía de Banderas y Puerto Vallarta.



EFFECTOS:

Dinámica de centralización supeditada a la actividad turística, presión urbana sobre suelo disponible con otros municipios colindantes.

Intensificación de las desigualdades regionales, acrecentando incluso la polarización entre la población.





3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

PROBLEMÁTICA: Proyectos turísticos.
Anomalías en la ejecución de proyectos turísticos.

CAUSAS:

Falta de establecimiento de los impactos acumulativos en la región.

Faltantes de áreas de donación para servicios públicos y espacios verdes.



EFFECTOS:

Crecimiento urbano caótico y desordenado.





3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

PROBLEMÁTICA: Beneficios económicos.

Dificultad para incrementar los ingresos económicos locales a través de la inversión y reinversión extranjera.



CAUSAS:

La Organización Mundial del Turismo (OMT) reconoce que son los intereses privados extranjeros los que mueven el turismo, en este caso, los propietarios son en gran medida extranjeros y no existen suficientes programas para incentivar su reinversión ni para atraer nuevas inversiones.



EFFECTOS:

Fugas cuantiosas de recursos económicos por falta de conexiones locales e incentivos para la reinversión extranjera, provocando la disminución de beneficios locales.



3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

PROBLEMÁTICA: Calidad de vida.

Desfase entre los indicadores de bienestar del Índice de Desarrollo Humano (IDH), que indican un rango muy alto, y la percepción de la población sobre falta de calidad de vida.



CAUSAS:

Dichos indicadores describen valores promedio, sin atender a las cuestiones de dispersión y distribución de los mismos.

Existencia de áreas que carecen de servicios básicos, como agua, luz, electricidad, etc.

Proceso de urbanización acelerada.

EFFECTOS:

Falta de competitividad, dado que ésta depende, entre otros aspectos, del bienestar de la población, es decir, que el destino cuente con los recursos suficientes para satisfacer las necesidades básicas de la población.

Fragmentación de la ciudad en dos partes, la primera es la integrada a la dinámica del turismo y la segunda es la periferia marginada, carente de dinamismo económico.

Mala imagen urbana del destino debido a la falta de calidad de vida de los habitantes.



4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO



4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

PROBLEMÁTICA: Instituciones educativas.

Las instituciones educativas no diagnostican la situación de la formación de los recursos humanos y las necesidades del mercado laboral para estructurar la oferta formativa.



CAUSAS:

Pese a que existen tres centros universitarios que ofrecen la carrera de turismo a nivel superior y cinco a nivel medio superior, hay limitaciones de formación que impiden que los recursos humanos detonen la competitividad del destino.

Falta de actualización de modelos de instrucción y de vinculación entre instituciones educativas y el sector empresarial, que no permite realizar una mejor lectura de las necesidades y la adecuación acorde de los planes educativos.

EFFECTOS:

Recursos humanos con deficiencias en las competencias laborales necesarias para desempeñar con éxito los puestos que ofrecen las empresas turísticas del destino.

Los centros educativos no proporcionan una formación creativa e innovadora que exige la competencia turística nacional e internacional.



4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

PROBLEMÁTICA: Instituciones educativas.

Las instituciones educativas y su oferta de programas educativos no cumplen con las expectativas de los empleadores (servicios turísticos), según datos de los resultados que incluyen varios estados, entre los que se encuentra Jalisco.



CAUSAS:

Los egresados tienen un bajo nivel en las competencias relacionadas con la operación técnica de las empresas.

Las instituciones educativas sólo hacen “lo necesario” en cuanto al desarrollo de capacidades profesionales de los estudiantes.

No hay suficiente cobertura educativa desde niveles básicos y medio superior.

EFFECTOS:

El grado de satisfacción de la experiencia turística por parte del cliente se ve mermado.

Las instituciones educativas no satisfacen las necesidades en cuanto a profesionistas con estudios de calidad, que demanda de la industria turística en la práctica laboral.



PROBLEMÁTICA: Certificaciones.

Bajo número de empresas turísticas certificadas y con personal capacitado.



CAUSAS:

Cultura empresarial deficiente sobre la formación y capacitación profesional del recurso humano.

Falta de incentivos para obtener la certificación.

Desconocimiento de las ventajas de una certificación de calidad, esto es, que les sirva para tener un mejor desempeño en el mercado y así diferenciarse de los competidores.



EFFECTOS:

Deficiente nivel de calidad en los diferentes servicios que ofrece el destino turístico a sus visitantes.

No se está logrando que los establecimientos ofrezcan servicios turísticos de calidad y esto no les permite competir a un mejor nivel.

Baja certificación de competencias profesionales en turismo.



PROBLEMÁTICA: Formación y capacitación.

No existe una coordinación adecuada entre el sector privado, los centros de enseñanza y el gobierno, respecto a las estrategias y acciones destinadas a la formación y capacitación del personal que labora en el sector turismo.



CAUSAS:

Falta de consensos de los actores involucrados en el sector turístico, con el objetivo de generar programas de formación de personal.

No se visualiza la importancia de la capacitación de los recursos humanos.

Desinterés generalizado de personas y empresas por buscar y recibir capacitación profesional especializada en las actividades que desempeñan dentro de la actividad turística.



EFFECTOS:

Bajo perfil profesional de los recursos humanos que atienden las necesidades de los turistas en el destino.

Percepción de los turistas sobre las deficiencias del destino.

Ausencia de programas de capacitación y certificación acordes a la magnitud de las empresas turísticas de la región.

Más del 90% de la población ocupada en turismo no recibe capacitación formal.



4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

PROBLEMÁTICA: Formación.

Desinterés generalizado de personas y empresas por buscar y recibir formación profesional especializada en las actividades que desempeñan dentro de la actividad turística.



CAUSAS:

Falta de apoyo económico institucional para la capacitación y certificación de personas y empresas en el turismo, acordes a sus posibilidades.

EFFECTOS:

Ausencia de programas de capacitación y certificación acordes a la magnitud de las empresas turísticas de la región.



PROBLEMÁTICA: Egresados.

Los egresados de las instituciones educativas no cuentan con las competencias fundamentales para desarrollarse en la empresa turística, y en ocasiones, los puestos tienen un nivel más bajo de su formación profesional.



CAUSAS:

Las instituciones educativas involucradas en la formación profesional de los recursos humanos calificados para atender el turismo, están logrando sólo “lo necesario” en cuanto a la adquisición de competencias consideradas fundamentales, con el fin de que las empresas del sector sean competitivas en el mercado.

No existe una vinculación efectiva entre el sector privado y los centros educativos, para integrar los alumnos a la empresa desde la etapa de formación profesional.



EFFECTOS:

Desprestigio de los estudios debido a que no permiten la integración laboral en un grado adecuado a las expectativas del egresado.

Insatisfacción de los egresados en sus puestos de trabajo, así como de los prestadores de servicios turísticos por la formación académica de baja calidad de sus empleados.

El incremento anual de profesionistas egresados supera las tasas de crecimiento de la oferta de puestos de trabajo.

Los empleados reciben sueldos bajos .

Oferta de empleos temporales.



5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA



5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

PROBLEMÁTICA: Desarticulación en turismo.

Deficiente gobernanza del sector turismo en sus tres niveles: federal, estatal y municipal.



CAUSAS:

Las autoridades del sector turístico en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, no trabajan de manera conjunta en la promoción y comercialización del destino, gestión de nuevos productos, atractivos turísticos e infraestructura de apoyo al sector.

Carencias significativas en la gestión que encabeza la dependencia responsable del turismo nacional, esto es, la Secretaría de Turismo (SECTUR).

EFFECTOS:

Acciones y estrategias desarticuladas en el sector turismo.

Modelo tradicional de organización y gestión turística a nivel institucional.

Rezago del sector público en cuanto a la actualización de acciones y procesos necesarios para realizar una gestión pública efectiva en el dominio turístico.



5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

PROBLEMÁTICA: Gestión gubernamental.

Deficiencias significativas en la gestión gubernamental del sector, así como la falta de relación entre las diversas dependencias de la administración municipal, por ejemplo, irrelevancia del trabajo del Consejo Consultivo de Turismo Municipal.



CAUSAS:

Los intereses políticos y económicos de los grupos que se forman internamente, impiden una labor en conjunto.

La coordinación, propuestas y formulación de estrategias y acciones de la administración pública del municipio, a través del Consejo Consultivo, no son suficientes.

El Gobierno de Jalisco y el municipio no han tomado el liderazgo en la conducción del destino, no han conjuntado las voluntades e intereses de los involucrados en el quehacer turístico.

EFFECTOS:

No se aprecian resultados significativos en las políticas turísticas, por lo que el impacto que pueda repercutir en el turismo es mínimo.

La falta de actualización de la función pública ocasiona que la tarea de los organismos locales no cumplan con una expectación positiva turística.

**5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.****PROBLEMÁTICA:** Autoridades locales.

Las autoridades locales del sector turismo enfocan sus funciones en promoción y relaciones públicas. Pese a ello, no hay resultados exitosos de las campañas de promoción y tampoco existen instrumentos de medición del impacto de éstas.

**CAUSAS:**

Los funcionarios públicos y la estructura de la gestión pública del turismo, se limitan a llevar a cabo funciones relacionadas con la promoción y las relaciones públicas.

No se presentan iniciativas de proyectos de gran impacto para detonar la competitividad del destino turístico.

EFFECTOS:

Resultados magros de las campañas de promoción turística que encabeza el Estado mexicano.

Las autoridades locales evaden su responsabilidad en distintos temas, esto es, en ocasiones las dejan en manos del sector privado.

**5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.****PROBLEMÁTICA:** Presupuesto.

Bajo presupuesto estatal (Jalisco) y federal asignado al desarrollo y fomento al turismo (menos del 1% en ambos casos). Además, gran parte del presupuesto asignado a Puerto Vallarta se emplea para la realización de un evento en el año.

**CAUSAS:**

Los intereses económicos de los encargados en asignar el presupuesto, favorece sólo a un pequeño sector, por lo común se trata de gente cercana

Destinación del presupuesto a otros sectores económico productivos.

EFFECTOS:

El flujo, así como la actividad económica y social presenta una gran disparidad, por lo que no existe una estabilidad en el destino.

Bajo presupuesto gubernamental destinado al turismo, el cual no corresponde a los ingresos que proporciona el turismo.

No existe una consolidación del destino, puesto que no se mejora la infraestructura necesaria en el destino.



5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

PROBLEMÁTICA: Planes estratégicos.

Carencia de planes estratégicos y operativos a corto, mediano y largo plazo por parte de las autoridades del sector turístico.



CAUSAS:

Falta de aplicación de los planes existentes.

Carencia de una iniciativa por parte del Gobierno del Estado de Jalisco, así como del Ayuntamiento de Puerto Vallarta para llevar a cabo una planeación eficiente y a largo plazo.

EFFECTOS:

No existe una visión prospectiva de Puerto Vallarta como destino turístico.



PROBLEMÁTICA: Comercio ambulante.

Carenza de ordenación del comercio ambulante en las playas y espacios públicos.



CAUSAS:

No se respeta el reglamento que prohíbe el ambulantaje en playas y espacios públicos.

Los vendedores ambulantes se encuentran instalados en diferentes espacios, incluso sin autorización.



PROBLEMÁTICA: Sistema estadístico.

Carencia de un sistema de estadística confiable que permita llevar a cabo la medición de diversos indicadores relacionados con el sector turismo.

CAUSAS:

Las estadísticas generadas por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y por la Secretaría de Turismo Jalisco (SECTURJAL), carecen de una metodología uniforme. Por lo que los resultados difieren.

Los prestadores de servicios turísticos no proporcionan datos veraces, en la mayoría de los casos.

EFFECTOS:

No es posible llevar a cabo una verdadera planeación del destino y de las actividades, debido a la falta de datos estadísticos confiables.



5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

PROBLEMÁTICA: Sector privado.

El sector privado no logra generar un amplio consenso asociativo para mejorar la competitividad turística del destino.



CAUSAS:

La Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas agrupa a 35 empresas de hospedaje de todas las categorías; mediante un Consejo Directivo. Sin embargo, esta asociación apenas representa el 12% de la totalidad de establecimientos de hospedaje de la zona.



EFFECTOS:

Debido a la falta de comunicación y organización del sector empresarial, éste no cuenta con la capacidad para generar proyectos de alto impacto con fines de consolidación y renovación del destino turístico.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Carreteras/Jalisco.

La infraestructura carretera requiere modernizarse, construir libramientos, entronques, distribuidores y accesos. Además, se deben de utilizar sistemas inteligentes de transporte y se requiere garantizar seguridad a los viajeros.



CAUSAS:

Faltan más esquemas de financiamiento para generar obra carretera.

La delincuencia que prevalece en el país, se presenta también en las carreteras.

Los sistemas inteligentes de transporte son poco utilizados.



EFFECTOS:

Los turistas pierden tiempo y dinero en sus desplazamientos por carretera.

**6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.****PROBLEMÁTICA:** Carreteras.

Las carreteras de Jalisco son poco atractivas por las facilidades y servicios con los que se cuentan (e.g. sanitarios, centros de consumo, módulos de información y servicios médicos/emergencias).

Además, de existir oferta recreativa y legados culturales, estos no son del conocimiento de los turistas, por falta de señalización.

**CAUSAS:**

Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales, encargados de los servicios de infraestructura en las carreteras del país (e.g., Secretaría de Comunicaciones y Transportes y concesionarios).

Falta de atención a la calidad del paisaje, por parte de los organismos estatales y federales encargados del sector turismo. Los paisajes son parte del producto turístico de México. Se requiere trabajo intersectorial para aprovechar el paisaje y los atractivos turísticos de las carreteras.

EFFECTOS:

Los turistas no experimentan un viaje en carretera que haga de la carretera un atractivo turístico *per se*. Además, pierden la oportunidad de visitar otros lugares por falta de información.



PROBLEMÁTICA: Carreteras.

Falta de accesibilidad carretera adecuada al destino.



CAUSAS:

No se cuenta con una carretera que conecte a Puerto Vallarta con los principales mercados nacionales emisores de visitantes.



EFFECTOS:

Menor demanda de turismo carretero, debido a los largos trayectos y al peligro en los recorridos.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Aeropuertos.

La infraestructura y los servicios del aeropuerto de Puerto Vallarta no compiten con los aeropuertos más vanguardistas del mundo. Un problema es que no ofertan servicios de bienestar al pasajero durante su estancia en el aeropuerto (e.g., comodidad, confort, atmósfera que invite a relajarse).



CAUSAS:

La administración del aeropuerto consigue una gestión adecuada, pero no intenta innovar y hacer del aeropuerto uno que compita a nivel mundial. Además, busca ofrecer facilidades y servicios mínimos indispensables sin considerar alternativas para mejorar el bienestar del pasajero durante su estancia en el aeropuerto.

Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales encargados del sector turístico, al no trabajar en conjunto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para generar mecanismos en los que se mejore la gestión de los aeropuertos (e.g. revisión de las concesiones).

EFECTOS:

Los turistas y viajeros no encuentran en el aeropuerto un entorno agradable que les procure una sensación de bienestar durante su estancia. No experimentan una estadía placentera, esto deja una mala impresión. La experiencia del destino se perjudica, por la experiencia de los turistas en el aeropuerto.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Aeropuertos.

El servicio de los agentes migratorios es inadecuado. No son amables con los viajeros.

CAUSAS:

Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales encargados del sector turístico, al no evaluar el desempeño de aquellos que entran en contacto directo con los viajeros/turistas.

Falta trabajo intersectorial con la Secretaría de Relaciones Exteriores, lo anterior para generar mecanismos en los que se mejore el servicio que se prestan a los viajeros los agentes aduanales en el aeropuerto.



EFFECTOS:

Los turistas y viajeros no encuentran en el aeropuerto un entorno agradable inmediatamente después de llegar al destino, porque los primeros en recibirlos –los agentes aduanales– no son amables. Esto deja una mala impresión. La experiencia del destino se perjudica, por la experiencia de los turistas en el aeropuerto.





6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Vuelos.

El número de vuelos y ciudades que tiene conexión directa con Puerto Vallarta ha disminuido, así como el número de vuelos chárter y pasajeros.



CAUSAS:

Disminución en la demanda de vuelos a Puerto Vallarta.

Las tarifas para el mercado nacional son altas.



EFFECTOS:

Bajos coeficientes de ocupación.

Los precios de los servicios de hospedaje bajan.

Baja conectividad del destino



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Centrales/Terminales de transporte foráneo.

Servicio y facilidades con regular-mala calidad: las instalaciones necesitan remodelarse, que la decoración sea más vanguardista y más funcional. Además, la señalización es deficiente y no es amigable para los turistas (e.g. información en otros idiomas).



CAUSAS:

Deficiencias en el papel de la administración de las terminales/centrales.

Inadecuada actuación de los organismos locales/municipales/estatales encargados del sector turístico, ya que pueden, y deben, encontrar mecanismos de apoyo para que los prestadores de servicios turísticos puedan ofrecer calidad en las facilidades y servicios a los pasajeros.

EFFECTOS:

Los turistas pueden llevarse una primera impresión del destino muy negativa, ya que la central es el primer lugar que conocen al llegar a Puerto Vallarta.

La central también es el lugar que ayuda a desplazar a los turistas para que conozcan otros lugares turísticos cercanos, y debido a sus servicios y facilidades deficientes, puede desalentar los desplazamientos.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Cruceros.

La industria de cruceros ha sido y es muy vulnerable a factores externos. Los Cabos, Mazatlán y Puerto Vallarta son destinos interdependientes, de forma que lo que afecta a uno de ellos afectará eventualmente a los otros.



CAUSAS:

Un factor fue la crisis económica a finales del 2008, seguida por la recesión mundial.

Otro factor causal es la violencia e inseguridad.

EFFECTOS:

México presentó una disminución importante de flujo de cruceros a partir de 2006, de la que aún no logra recuperarse.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Infraestructura.

Falta de equipamiento e infraestructura especializada para el servicio al turista en las playas.



CAUSAS:

No existe una debida planeación, ni se asigna un presupuesto para el desarrollo de infraestructura en las playas.



EFFECTOS:

El destino no cuenta en sus áreas de playa, con instalaciones sanitarias, acceso para personas con discapacidad física, áreas de sombra, recolección de desechos y estacionamientos.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Transporte público/autobuses.

Baja calidad y deficiente servicio del transporte urbano.



CAUSAS:

El deficiente transporte público es considerado como el principal problema en el campo de un buen gobierno; dicha circunstancia relativa al transporte efectivamente constituye uno de los más graves rezagos urbanos que padece Puerto Vallarta y que no ha sido resuelto aún.

El transporte urbano es controlado por los concesionarios y los sindicatos.

EFFECTOS:

La población de Puerto Vallarta está inconforme con el mal estado en que se encuentran las unidades, el mal trato por parte de los operadores, las altas tarifas y la carencia de horarios fijos.



6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

PROBLEMÁTICA: Transporte público/autobuses.
Concentración y saturación de rutas del transporte público.

CAUSAS:

La saturación de rutas del transporte público en algunas zonas y cruceros de la ciudad. En el Centro Histórico convergen 32 rutas, lo que representa más del 66% de las rutas que integran la red.



EFFECTOS:

En los espacios centrales, la oferta de rutas es muy amplia, mientras que en la periferia, la disponibilidad de unidades de transporte es escasa y representa un déficit en la cobertura urbana.





7. ANÁLISIS TERRITORIAL



Problemática: Desechos sólidos.
Deficiente manejo integral de desechos sólidos municipales.

CAUSAS:

Falta de inspección por parte del Ayuntamiento de Puerto Vallarta a la empresa concesionaria en el manejo de residuos sólidos, la cual no ha cumplido con llevar a cabo un plan de separación de basura.



EFFECTOS:

Deterioro del medio ambiente y generación de contaminantes al aire, suelo y agua, al no brindar el tratamiento adecuado a los desechos sólidos.





Problemática: Desechos sólidos.

En el municipio de Puerto Vallarta la infraestructura, el equipamiento y la educación ambiental en el manejo integral de deshechos sólidos es insuficiente.



CAUSAS:

Falta de camiones recolectores, ya que se cuenta con sólo 18 camiones recolectores de basura en zonas habitacionales.

No existe programa de separación de basura.

La producción per cápita de basura es más de un kilogramo al día.

Sólo existe un sitio de disposición final de residuos sólidos, el cual tiene un tiempo de vida estimado de 22 años.

EFFECTOS:

No se recolecta el 100% de los residuos sólidos generados, el municipio debe subcontratar servicios de recolección para empresas y giros turísticos como hoteles y restaurantes.

La infraestructura para el manejo de los residuos sólidos es insuficiente, es necesario planear un nuevo sitio de disposición final adecuado al tipo de residuos derivados de la actividad turística (plásticos, pet, envases, botellas, vidrio, alimentos).



Problemática: Balnearios naturales.

Falta de mejoramiento y generación de balnearios naturales de agua dulce.



CAUSAS:

El municipio se encarga de la limpieza constante de ríos pero no existe un programa específico para el mejoramiento y generación de balnearios naturales de agua dulce.

EFFECTOS:

Falta de diversidad de balnearios para todos los gustos.

Deterioro de los balnearios de agua dulce ya existentes.

Mal aprovechamiento del recurso natural.



Problemática: Aguas residuales.

El municipio de Puerto Vallarta no cuenta con un sistema que cubra al 100% el tratamiento de aguas residuales, mediante redes de drenaje y Plantas Tratadoras de Aguas Residuales PTAR's.



CAUSAS:

Insuficiencia en materia del sistema de drenaje (cobertura 80%).

De las siete PTAR's con que cuenta el municipio de Puerto Vallarta, sólo dos de ellas están operando dentro de Normatividad.

El sistema de PTAR's trabaja al 80% de su capacidad en el municipio de Puerto Vallarta.

EFFECTOS:

Las agua servidas que no son tratadas por el sistema público de drenaje son depositadas en ríos y en el mar, lo que provoca la contaminación de estos.

La cobertura en el sistema de tratamiento de aguas residuales es muy baja y deficiente.

Gran cantidad de aguas residuales llegan a cuerpos de agua sin ningún tratamiento, contaminándolos y creando focos de infección y malos olores.



Problemática: Certificación ambiental.

Incumplimiento de los requerimientos para la certificación de “Municipio limpio” y/o cumplimiento ambiental.

CAUSAS:

Falta de coordinación a nivel municipal en el campo administrativo y operativo, para ejecutar los protocolos necesarios y cumplir con los requerimientos para la certificación.

Riesgo de perder algunas certificaciones de playas.

Falta de orden en el desarrollo urbano, deficiencias en el tratamiento integral de desechos sólidos y aguas negras.

EFFECTOS:

Un medio ambiente contaminado es determinante en la decisión de visita de los turistas.

Enfermedades en la población local y los turistas debido a la contaminación del agua.

Playas contaminadas, deterioro de la flora y fauna marina.



7. ANÁLISIS TERRITORIAL.

Problemática: Certificación ambiental.

Escasez en materia de certificación ambiental en empresas con giros turísticos, en el municipio de Puerto Vallarta.



CAUSAS:

Falta de obligatoriedad de los lineamientos estipulados en las normas ambientales y certificaciones derivadas de ello.

El programa “Municipio Limpio” no es aplicado en el municipio de Puerto Vallarta.

Incumplimiento en el proceso de la certificación de Playas Limpias.

EFFECTOS:

Las empresas turísticas no brindan servicios ni cuentan con infraestructura apegados a normas de cuidado ambiental.

Sólo un hotel cuenta con certificado ambiental tipo Green Globe y por la Procuraduría Federal y Protección al Medio Ambiente (PPROFEPA).

Déficit en la certificación y aplicación de normas de calidad ambiental de empresas turísticas.

Sólo cuatro playas de las 15 con que cuenta el municipio están certificadas. Y sólo 10 están catalogadas como playas limpias.



Problemática: Áreas Naturales Protegidas (ANP's).

Carencia en la aplicación de planes, programas y normatividad en la conservación y aprovechamiento sustentable de las ANP's del municipio de Puerto Vallarta.



CAUSAS:

Déficit en los planes de manejo de las Áreas Naturales Protegidas, como en el estero El Salado.

El ANP “Los Arcos” muestra un déficit en el plan de manejo y conservación.

No se aplica la normatividad en cuanto a las ANP's.

EFFECTOS:

El Estero El Salado (ANP) no está sujeto a planes integrales de manejo que favorezcan su conservación y aprovechamiento como sitio para actividades de ecoturismo. Su inadecuado control integral lo mantiene sin aprovechamiento turístico.

La mancha urbana ocupa espacios del ANP estero “El Salado”.

El ANP “Los Arcos” no es aprovechada de una manera adecuada, además, presenta contaminación en sus aguas por la infraestructura urbana de tipo residencial que prolifera en la línea de costa aledaña al parque marino.



PROBLEMÁTICA: Territorio.

Desarticulación y desorden territorial de Puerto Vallarta.



CAUSAS:

Falta de aplicación de los planes de ordenamiento territorial.

Carencia de actualización del atlas de riesgos.

Los planes de ordenamiento ecológico no se encuentran actualizados.

Falta de coordinación de las distintas direcciones municipales para la aplicación de las políticas en materia territorial.

Las actividades económicas se enfocan en el sector terciario, lo que trajo consigo una restructuración socioeconómica en su población y, por consiguiente, en su territorio.

EFFECTOS:

Crecimiento de la ciudad de forma desordenada.

Construcción de viviendas en zonas catalogadas de riesgo.

Modificación del paisaje debido a las edificaciones.

Generación de nuevos puntos de riesgo que antes no existían debido a una planeación inadecuada y/o a causa de los nuevos asentamientos humanos.



7. ANÁLISIS TERRITORIAL.

PROBLEMÁTICA: Instrumentos jurídicos.
Instrumentos jurídicos deficientes en materia de medio ambiente.



CAUSAS:

Existen lagunas en el marco legal en materia de medio ambiente, mismas que son aprovechados por las empresas de servicios turísticos y que afectan de manera negativa el medio ambiente.

EFFECTOS:

Las empresas dedicadas al tratamiento de contaminantes y desechos sólidos, no llevan de forma adecuada sus protocolos, debido a las lagunas jurídicas existentes.



7. ANÁLISIS TERRITORIAL.

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

PROBLEMÁTICA: Destino de sol y playa.
Degradación del destino turístico de sol y playa.

CAUSAS:

La enorme proliferación de infraestructura y equipamiento turísticos, tanto de alojamiento (hoteles, apartamentos, urbanizaciones de segunda residencia) como de oferta complementaria para los turistas.

La contaminación provocada por los miles de turistas y la población local.

Falta de aplicación de los planes de ordenamiento territorial.



EFFECTOS:

Modificación del paisaje debido a las edificaciones.

Puntos de riesgo que antes no existían debido a una planeación inadecuada





8. MERCADO TURÍSTICO



PROBLEMÁTICA: Dependencia.

Dependencia de los turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá.



CAUSAS:

La proximidad geográfica a estos países del Norte ha favorecido la presencia de estos viajeros en un porcentaje elevado.

Predominio del visitante estadounidense y canadiense.

EFFECTOS:

No se exploran otros mercados emisores potenciales, como: Sudamérica, Europa y Asia.

Ha habido un bajo porcentaje de visitantes a partir de la recesión económica en Estados Unidos (2009), pues ha reducido las posibilidades de viaje de los estadounidenses.

Pérdida de competitividad.



9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

PROBLEMÁTICA: Campañas publicitarias.

Deficiencias en el proceso de ejecución de las campañas publicitarias.



CAUSAS:

Atraso en la entrega del presupuesto que servirá para la ejecución de las campañas de publicidad. Además, se depende del calendario del Consejo de Promoción Turística de México para la ejecución de una parte de la campaña, lo cual representa una limitante.

Presupuesto limitado para lograr un posicionamiento de la marca Puerto Vallarta, a nivel nacional e internacional.

EFFECTOS:

Las campañas se publican en temporadas en las que los visitantes potenciales ya tomaron su decisión de viaje y no es posible influenciarlos.

La frecuencia de publicación y selección de medios es limitada por lo que no logra ser memorable para la audiencia meta.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

PROBLEMÁTICA: Dependencia.

Dependencia del turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá.



CAUSAS:

La conectividad aérea se ha concentrado en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), dejando de lado la conectividad con Europa y Sudamérica.

No se realizan acciones de promoción o publicidad en otros mercados con potencial.

Las estrategias de promoción se concentran en estos países.

EFFECTOS:

Baja demanda en el periodo de mayo a octubre.

Disminución de los coeficientes de ocupación hotelera y otros servicios turísticos y el despido de trabajadores.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

PROBLEMÁTICA: Marca turística.

No existe un fortalecimiento de la marca turística Puerto Vallarta.



CAUSAS:

La falta de constancia en el trabajo de comercialización por parte de las instancias correspondientes en los espacios brindados, tanto a nivel nacional como internacional.

La marca del destino no es vendida en particular sino más bien en conjunto, esto es, a nivel estado de Jalisco.

EFFECTOS:

No logra fortalecerse la marca, puesto que no se trabaja estratégicamente a Puerto Vallarta como destino principal.

La marca Puerto Vallarta no se visualiza de manera clara en el turismo nacional.



10. TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.
10. TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO.

PROBLEMÁTICA: TIC's.

Falta de aprovechamiento en el uso de las tecnologías. Al ser un destino de categoría internacional debe existir el empleo real de estas herramientas.



CAUSAS:

Coordinación insuficiente de la estructura turística al proporcionar información del destino de una manera eficaz y eficiente.

Carencia en el seguimiento y mantenimiento de los proyectos y programas para la utilización de las TIC's.

EFFECTOS:

La información brindada a los turistas no es óptima, puesto que en un destino de talla internacional la tecnología y la comunicación se debe proporcionar de manera ágil al viajero.

Por tal motivo, la información que se obtiene es reducida y puede no cumplir con las expectativas del turista, lo cual influye de manera determinante en su decisión de viaje.



11. SEGURIDAD EN PUERTO VALLARTA



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.

11. SEGURIDAD EN PUERTO VALLARTA.

PROBLEMÁTICA: Seguridad/Jalisco.

Mala imagen en cuanto a la seguridad, además de la mayor tasa de incidencia delictiva del estado de Jalisco.



CAUSAS:

Corrupción y participación de grupos económicos y sociales importantes.

Falta de organización para la localización de las principales zonas delictivas.

Empleos mal remunerados.



EFFECTOS:

La mala imagen proyectada disminuye la actividad turística, principalmente el turismo internacional, que atiende en gran medida la información obtenida a través de los medios de comunicación, por lo cual disminuye la derrama económica y aumenta la incidencia de delitos por parte de algunos residentes para la obtención de recursos económicos.



11. SEGURIDAD EN PUERTO VALLARTA.

PROBLEMÁTICA: Seguridad pública.

Incremento del crimen y la inseguridad pública en Puerto Vallarta.



CAUSAS:

La desigualdad social, la marginación y el desempleo son los principales factores que inciden en este incremento.

El tráfico de drogas y la guerra por el mercado de estupefacientes.

El establecimiento de grupos criminales dedicados al tráfico de drogas ilícitas y los usos de estos enervantes por parte de la población, así como de ciertos sectores del turismo nacional y extranjero.



EFFECTOS:

Los turistas extranjeros han reducido sus viajes a este destino turístico por temor a ser víctimas de la inseguridad pública.

La imagen del destino se ha visto mermada, sobre todo en los Estados Unidos.

Nivel de incidencia delictivo más alto que en otros destinos a nivel estatal.



11. SEGURIDAD EN PUERTO VALLARTA.

PROBLEMÁTICA: Crimen organizado.

Tráfico de drogas y delitos sexuales. El crimen organizado afecta gravemente a la seguridad de la ciudad, involucrando consigo la participación de una parte de la población.



CAUSAS:

La corrupción institucional es una de las principales motivos que ocasiona el funcionamiento de estas redes criminales.

Falta de diversificación en las actividades económicas del municipio.

EFFECTOS:

Algunos segmentos de mercado son atraídos por este tipo de actividades y la facilidad para obtenerlos en el destino, lo que ocasiona el incremento de esta afluencia y una mala imagen tanto nacional como internacional. Si bien es cierto existe una derrama económica favorable para la población involucrada también aumenta la inseguridad y fuerza del crimen organizado.

Caída de la estancia promedio de los turistas internacionales cuando los gobiernos de sus respectivos países emitieron alertas de seguridad.

El concepto sobre seguridad es determinante a la hora de la elección del destino.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN PUERTO VALLARTA.

11. SEGURIDAD EN PUERTO VALLARTA.

PROBLEMÁTICA: Delitos del fuero común..

Puerto Vallarta tiene el mayor índice de delitos de fuero común a nivel estatal, sobresale en homicidios dolosos y robos de todo tipo.



CAUSAS:

La existencia de una violencia social que ha sido favorecida por la desigualdad social y por el desarrollo del crimen organizado.

La existencia de un mercado negro de arma de fuego y su ingreso a través del contrabando.

Carencia de acciones preventivas más eficaces para detener la delincuencia.

Existencia de actos de impunidad.

EFFECTOS:

El impacto negativo que genera en la imagen turística promovida en otros países.

Menor flujo de visitantes extranjeros, en especial de Estados Unidos, principal emisor de turistas a México.

Estados Unidos ha lanzado alertas a sus ciudadanos para que eviten viajar a nuestros destinos debido al problema de inseguridad.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Plan de acción para Puerto Vallarta

Octubre de 2013

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		1. Presentar proyecto ejecutivo	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre estas instancias para financiar los estudios	2014
		2. Realizar estudios de factibilidad y plan de negocios	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre estas instancias para financiar los estudios	2014
		3. Buscar fuentes de financiamiento	• SECTURJAL / FONATUR	Servicio de calificación de proyectos de FONATUR	2014
Teleférico “Vallarta”	Crear un atractivo turístico con base en el aprovechamiento de potencial paisajístico de Puerto Vallarta.	4. Financiar el proyecto	• SECTURJAL /SECTUR / Gobierno de Jalisco / Inversionistas	Firmar convenios de colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores	Primer semestre de 2015
		5. Ejecución del proyecto	• SECTURJAL	Plan maestro y proyecto ejecutivo aprobados Presupuesto	2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
Rehabilitación del Centro Histórico de Puerto Vallarta	Mejorar la imagen del Centro Histórico de Puerto Vallarta por medio de la intervención en fachadas, equipamiento urbano, reducción de tráfico y rescate de la arquitectura tradicional del destino.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano para el Centro Histórico y, en su caso, modificarlos. 2. Presentar proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad. 3. Financiamiento del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara • SECTURJAL / SECTUR / Ayuntamiento de Puerto Vallarta 	<p>Adecuación del plan parcial de desarrollo urbano.</p> <p>Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios.</p> <p>Firmar convenios de colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores.</p> <p>Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.</p>	Primer semestre de 2014 2014 2014-2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Plan maestro y proyecto ejecutivo aprobados. Presupuesto.	2014-2016
<i>Transporte Troncal de Calidad Turística</i>	Proponer un sistema de transporte que sustituya el actual modelo, el cual modificaría la imagen del destino y aumentaría la competitividad de éste.	1. Presentar un proyecto ejecutivo. 2. Realizar estudios de factibilidad y plan de negocios. 3. Analizar fuentes de financiamiento.	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta / Universidad de Guadalajara / Gobierno de Jalisco / SECTURJAL • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara / Ayuntamiento de Puerto Vallarta • Ayuntamiento de Puerto Vallarta / SECTURJAL	Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios. Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios. N/A	2014 2014 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Financiar el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • BANOBRAS / SECTUR / SECTURJAL Gobierno de Jalisco / Ayuntamiento de Puerto Vallarta / Transportistas de Puerto Vallarta 	Recursos financieros etiquetados para la obra donde participen dichas instancias e inversionistas.	2014-2016
Corredor Eco-turístico Cabo Corrientes	Promover un desarrollo turístico de bajo impacto en el sur de la Bahía de Banderas para que complemente la oferta turística de Puerto Vallarta y atraiga nuevos mercados.	1. Adecuar el decreto denominado “Zona de Desarrollo Turístico Prioritario Corredor Costalegre” en su parte correspondiente a Cabo Corrientes.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR 	Publicación de las modificaciones en el DOF.	2014
		2. Analizar y, en su caso, modificar los planes parciales de desarrollo urbano correspondientes a la Bahía de Banderas.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Cabo Corrientes 	Dictamen aprobado.	2014
		3. Presentar proyecto ejecutivo, estudios de factibilidad y plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara 	Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios.	2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Analizar fuentes de financiamiento. 5. Financiamiento del proyecto. 6. Ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / FONATUR • Inversionistas / SECTURJAL / SECTUR • SECTURJAL / Inversionistas 	Servicio de calificación de proyectos de FONATUR. Firmar convenios de colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores. Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	Primer semestre 2015 2015 2015-2017
<i>Transformación del Barrio “Gringo Gulch”</i>	Convertir esta zona cercana a la Isla del Río Cuale en la zona cultural más importante de Puerto Vallarta.	1. Analizar y, en su caso, modificar el plan parcial de desarrollo urbano correspondiente al Centro Histórico de Puerto Vallarta. 2. Presentar proyecto ejecutivo y plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara 	Publicar las modificaciones a los planes parciales. Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios.	Primer semestre de 2014 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		3. Analizar fuentes de financiamiento y gestionar el establecimiento de negocios de acuerdo a lo que contempla el proyecto. 4. Financiar el proyecto. 5. Ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de Puerto Vallarta • SECTURJAL / SECTUR • SECTURJAL 	N/A Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico. Proyecto aprobado y presupuesto.	2014 2014 2014
Parque Ecológico “El Salado”	Aprovechar el ANP Estero “El Salado” para la creación de un atractivo turístico alternativo al producto de sol y playa en Puerto Vallarta.	1. Presentar proyecto estudios de factibilidad. 2. Analizar fuentes de financiamiento. 3. Financiamiento del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara • SECTURJAL / SEMADET • SECTURJAL / SECTUR / Fideicomiso de Turismo 	Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios. N/A	2014 2014 2014-2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Ejecución del proyecto	de Puerto Vallarta <ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / ANP “Estero El Salado” 	colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores. Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico. Proyecto aprobado. Presupuesto.	2014-2015
Acuario – Museo de Oceanografía y Ciencias Marinas de Puerto Vallarta	Edificar un atractivo turístico – cultural de clase mundial, que se posicione como el más	1. Búsqueda de terrenos públicos factibles para la construcción del inmueble. 2. Presentar proyecto ejecutivo y estudios de	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL • SECTURJAL / Universidad de Guadalajara 	N/A Convenio de	Primer trimestre 2014 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
	importante de México.	factibilidad.		colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios.	
		3. Analizar fuentes de financiamiento.	• SECTURJAL / FONATUR	Servicio de calificación de proyectos de FONATUR.	2014
		4. Financiamiento del proyecto	• SECTURJAL / SECTUR / Gobierno de Jalisco / Universidad de Guadalajara	Firmar convenios de colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores. Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	2015-2017
		5. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Proyecto aprobado. Presupuesto.	2015-2017

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
Plaza del Mar *	Construir un Mercado del Mar	1. Presentar el proyecto ejecutivo.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Puerto Vallarta	Convenio de colaboración.	Primer trimestre de 2014
		2. Financiar el proyecto.	• SECTURJAL / Comerciantes de productos del mar / Ayuntamiento de Puerto Vallarta	Etiquetar recursos del presupuesto 2014.	2014
Museo Arqueológico - Natural Isla Cuale *	Revitalizar la Isla del río Cuale	1. Presentar el proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad.	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre estas instancias para la realización de los estudios.	2014
		2. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / SECTUR / Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta	Firmar convenios de colaboración con un presupuesto etiquetado por cada uno de los actores. Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	2014 -2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		3. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Proyecto y presupuesto aprobados	2014-2015
<i>Parque Escultórico y Anfiteatro Lázaro Cárdenas * (Bienal Escultórica Vallarta)</i>	Crear un espacio para la expresión artística	1. Presentar proyecto ejecutivo.	• SECTURJAL	N/A	Primer semestre de 2014
		2. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / SECTURL	Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	2014
		3. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Proyecto y presupuesto aprobados.	2014
<i>Rehabilitación de la imagen de la Blvd. Francisco Medina Ascencio *</i>	Mejorar la imagen que presenta esta vía que comunica el aeropuerto con la zona hotelera y el centro histórico.	1. Aplicar los reglamentos de imagen urbana vigentes.	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta	N/A	Primer semestre de 2014
		2. Sancionar las faltas al reglamento.	• Ayuntamiento de Puerto Vallarta	Reglamento vigente.	Primer semestre de 2014
		3. Presentar un plan de acción para el mejoramiento de la imagen de dicha vialidad.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Puerto Vallarta	Plan de acción firmado.	2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Aplicar acciones de mejoramiento de imagen urbana.	• SECTURJAL / SECTUR	Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	2014-2015

* Proyectos presentados en el Programa de Desarrollo Turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta (FONATUR, 2011).

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Resultados de la encuesta a prestadores
de servicios turísticos en Puerto Vallarta

Octubre de 2013

CONTENIDO

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	1
II. PUERTO VALLARTA.....	2
PARTE 1: GENERALES.....	2
PARTE 2: OFERTA TURÍSTICA.....	4
PARTE 3: DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA	8
PARTE 4: SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA.....	9
PARTE 5: FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN.....	11
PARTE 6: ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA	12
PARTE 7: SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA	14
PARTE 8: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	15
PARTE 9: GESTIÓN DEL DESTINO	17
PARTE 10: TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA.....	18
PARTE 11: COMPETENCIA	20
PARTE 12: PREGUNTAS DE OPINIÓN	22

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

El levantamiento de encuestas se realizó durante el mes de septiembre de 2013, las cuales se aplicaron a diferentes prestadores de servicios turísticos establecidos en Puerto Vallarta, Jalisco. Cabe señalar que la muestra fue de corte selectivo, mediante citas pre-establecidas. En porcentajes, el resultado se expresa como sigue:

TABLA 1. TOTAL DE ENCUESTAS POR GIRO EN PUERTO VALLARTA		
Giro de Actividad	Total	%
Hospedaje	17	23.9
Agencias de viajes	2	2.8
Alimentos y bebidas	33	46.5
Otros	17	23.9
NE	2	2.8
Total	71	100.0

II. PUERTO VALLARTA

PARTE 1: GENERALES

Pregunta 4. Empleos generados durante el último año según destino turístico

TABLA 2. EMPLEOS GENERADOS DURANTE EL ÚLTIMO AÑO	
Giro de Actividad	Cantidad
Asalariados	1,819
Empleadores	849
Cuenta propia	3
Ocasionales	14
Corto plazo	704
Estacionales	758
Fuera del establecimiento	0
Total	4,147

TABLA 3. ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO (Porcentaje)	SI	NO	TOTAL
ASPECTOS GENERALES			
Cuenta con uniforme para cada área de actividad	75.7	24.3	100.0
Ha cumplido con alguna NOM en el último año	53.6	46.4	100.0
Cuenta con agenda de servicio	62.5	37.5	100.0
Dispone de reglamentos y/o manuales internos	82.1	17.9	100.0
Da a conocer a sus empleados medidas de seguridad necesarias	91.2	8.8	100.0
Realizó subcontrataciones en el último año	35.2	64.8	100.0
Su negocio ha hecho más competitiva la oferta de servicios en su destino en comparación con otros destinos	88.4	11.6	100.0
El volumen de sus gastos influye en la calidad de su servicio	65.7	34.3	100.0
Su productividad es mayor debido al tipo de empleado	86.6	13.4	100.0

Con base en las preguntas que se hicieron para conocer el detalle de los gastos que el negocio realiza, se preguntó cuál es el rubro que mejor describe su balance entre ingresos y gastos. Las respuestas, según destino turístico fueron:

TABLA 4. CALIFICACIÓN DEL BALANCE (Porcentaje)	
Equilibrado	38.0
Negativo	14.0
Positivo	47.8
Total	100.0

PARTE 2: OFERTA TURÍSTICA

¿Cómo califica el servicio que se presta en los siguientes lugares de su destino?

Lugar de su destino	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NC	Total
Museos	0.0	32.9	20.0	10.0	15.7	21.4	100.0
Monumentos	8.6	54.3	18.6	8.6	5.7	4.3	100.0
Restaurantes	40.9	46.5	12.7	0.0	0.0	0.0	100.0
Bares	35.2	53.5	7.0	1.4	0.0	2.8	100.0
Agencias de viajes	18.3	47.9	25.4	2.8	0.0	5.6	100.0
Zonas arqueológicas	2.8	5.6	11.3	7.0	9.9	63.4	100.0
Alojamiento	43.7	42.3	8.5	0.0	0.0	5.6	100.0
Patrimonio cultural	10.0	21.4	14.3	4.3	7.1	42.9	100.0
Establecimientos comerciales	12.7	67.6	16.9	2.8	0.0	0.0	100.0
Casas de cambio	8.5	52.1	23.9	8.5	2.8	4.2	100.0
Discotecas	32.4	47.9	12.7	1.4	0.0	5.6	100.0

TABLA 6. PORCENTAJE DE TURISTAS QUE ATIENDE SEGÚN TIPO DE TURISMO Y TEMPORADA (Porcentaje)

Turismo Interior	
Alta	35.6
Baja	44.4
Turismo Nacional	
Alta	47.3
Baja	53.4
Turismo Internacional	
Alta	53.0
Baja	40.2

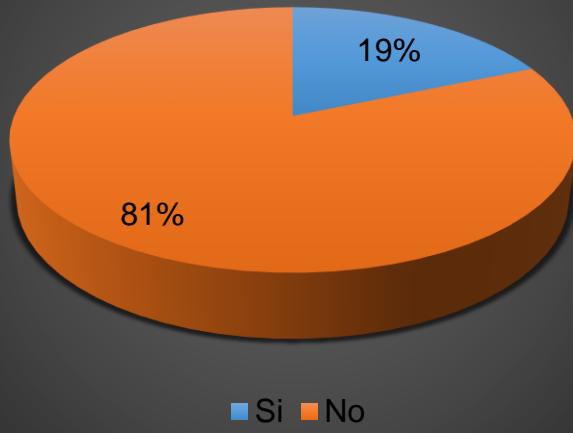
**TABLA 7. EVALUACIÓN DEL TIPO DE ACTIVIDADES OFRECIDAS EN SU DESTINO
(Porcentaje)**

Tipo de actividad	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	No Sabe	Total
Actividades de servicio de comidas	39.7	54.4	5.9	0.0	0.0	0.0	100.0
Actividades de servicio de bebidas	39.7	55.9	4.4	0.0	0.0	0.0	100.0
Actividades de juegos de azar y apuestas	6.0	32.8	26.9	6.0	1.5	26.9	100.0
Parques de atracciones y temáticos	5.1	30.5	18.6	11.9	13.6	20.3	100.0
Actividades de operadores turísticos	12.3	49.2	21.5	6.2	6.2	4.6	100.0
Actividades recreativas, artísticas y de entretenimiento	13.9	50.8	21.5	7.7	4.6	1.5	100.0
Alquiler de equipo recreativo y deportivo	18.2	51.5	16.7	7.6	4.6	1.5	100.0
Museos y conservación de lugares y edificios históricos	0.0	21.5	24.6	20.0	10.8	23.1	100.0
Jardines botánicos, zoológicos, y reservas naturales	6.3	40.6	20.3	10.9	6.3	15.6	100.0

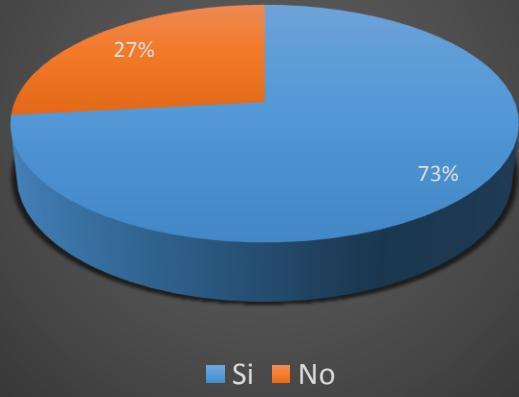
TABLA 8. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE OFRECE SU NEGOCIO

	Si	No	Total
Internet	87.1	12.9	100.0
Teléfono fijo	87.1	12.9	100.0
Teléfono público	30.0	70.0	100.0
Estacionamiento	29.0	71.0	100.0
Casetas de control	17.1	82.9	100.0
Valet Parking	12.9	87.1	100.0

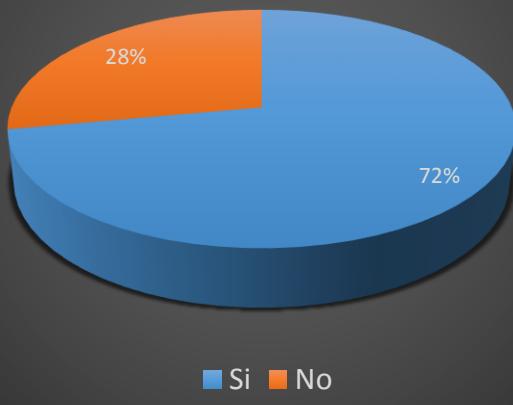
GRÁFICA 1. ¿Ha sido parte de una ruta turística en el año?



GRÁFICA 2. ¿La oferta turística de su destino es más competitiva respecto a otros destinos similares?



GRÁFICA 3. ¿Ha crecido la variedad de actividades ofrecidas en su destino por mayor afluencia de visitantes?



PARTE 3: DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

TABLA 9. DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA (Porcentaje)	Pregunta	Si	No	Total
¿Mantiene relaciones de compra-venta con empresarios del mismo destino de diferente giro?		66.2	33.8	100.0
¿La distribución actual de los beneficios económicos generados por el turismo son adecuados?		42.3	57.8	100.0
¿El uso del capital invertido para nuevos proyectos se ha usado para mejorar los servicios en su destino?		36.6	63.4	100.0
¿El mercado laboral en su destino permite a su población lograr un nivel de bienestar aceptable?		49.3	50.7	100.0
En el último año, ¿se ha elevado el salario promedio de los que se dedican al turismo?		33.3	66.7	100.0

PARTE 4: SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

TABLA 10. ALGUNAS RESPUESTAS SOBRE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA (Porcentaje)			
Pregunta	Si	No	Total
Inscrito al Registro Nacional de Turismo	53.5	46.5	100.0
Sujeto al cumplimiento de algunas normas ambientales	66.7	33.3	100.0
Pagó por el manejo, transportación o confinamiento de residuos sólidos	59.4	40.6	100.0
Cuenta con algún certificado de calidad ambiental	28.6	71.4	100.0
Ha implementado mejoras que le permitan ahorrar energía en el último año	63.4	36.6	100.0

TABLA 11. TIPO DE CONTAMINACIÓN QUE HA NOTADO EN AUMENTO O DISMINUCIÓN DURANTE EL ÚLTIMO AÑO			
Tipo de contaminación	Aumento	Disminución	Total
Agua	64.5	35.5	100.0
Aire	62.9	37.1	100.0
Suelo	69.5	30.5	100.0
Acústica	78.5	21.5	100.0
Lumínica	50.0	50.0	100.0

TABLA 12. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA. PARTE II (Porcentaje)

Pregunta	Si	No	Total
¿Ha notado disminución y/o pérdida de biodiversidad en su destino?	73.9	26.0	100.0
¿Cuenta con un programa de separación de desechos?	53.5	46.4	100.0
¿Considera que el cuidado al medio ambiente eleva la afluencia de visitantes?	92.8	7.1	100.0
¿Ha notado mayor afluencia de visitantes debido al cuidado del medio ambiente?	58.8	41.1	100.0
¿Estaría dispuesto a invertir en equipo y/o procesos para mejorar el medio ambiente?	87.1	12.8	100.0
¿Considera que con la infraestructura actual, se cuida la calidad ambiental de su destino?	33.8	66.1	100.0

TABLA 13. TABLA CALIFICACIÓN SOBRE ALGUNOS RUBROS DE EDUCACIÓN Y CONSERVACIÓN (Porcentaje)

Personal activo	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NC	Total
Educación ambiental del personal activo	8.5	49.3	31.0	9.9	0.0	1.4	100.0
Educación ambiental de la comunidad	1.4	28.6	40.0	25.7	2.9	1.4	100.0
Conservación del patrimonio cultural	5.6	29.6	36.6	19.7	5.6	2.8	100.0
Conservación del patrimonio natural	4.2	42.3	31.0	15.5	7.0	0.0	100.0

PARTE 5: FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

TABLA 14. NÚMERO DE EMPLEADOS CON QUE CUENTA LA EMPRESA SEGÚN NIVEL DE ESCOLARIDAD (Porcentaje)	
Primaria	683
Secundaria	973
Media superior	929
Superior	330
Total	2915

TABLA 15. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA FORMACIÓN Y LA CERTIFICACIÓN (Porcentaje)			
Ofrece capacitación	Si	No	Total
Ofrece capacitación	75.4	24.6	100.0
Realiza encuestas para conocer la satisfacción de clientes	77.1	22.9	100.0
¿Qué utiliza para medir la satisfacción de sus clientes?			
Formato simple	67.5	32.5	100.0
Buzón de quejas y sugerencias	19.1	81.0	100.0
Cuaderno de sugerencias	22.7	77.3	100.0
Otro	88.1	11.9	100.0
Con la capacitación actual se aprovecha el potencial	62.0	38.0	100.0

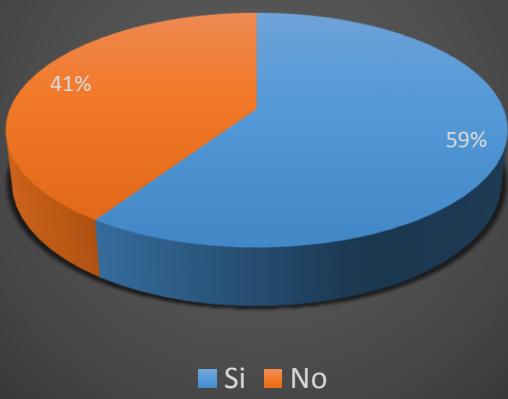
TABLA 16. SU NEGOCIO ES MÁS PRODUCTIVO POR EFECTO DE: (Porcentaje)				
Rubro	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Total
Grado de estudios de los empleados	33.3	39.1	27.5	100.0
Capacitación en temas turísticos	60.0	31.4	8.6	100.0
Conocimientos de idiomas	72.5	27.5	0.0	100.0
Atención de quejas y sugerencias	72.1	26.5	1.5	100.0

PARTE 6: ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

TABLA 17. ¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS EN EL ÚLTIMO AÑO? (Porcentaje)					
Formas de transportación	Mejora	Deterioro	NS/NC	Total	
Aéreos					
Vuelos regulares	28.6	55.7	15.7	100.0	
Aeronaves privadas	13.4	38.8	47.8	100.0	
Acuático					
Líneas de pasajeros y transbordadores	25.7	55.7	18.6	100.0	
Cruceros	30.0	58.6	11.4	100.0	
Yates	24.6	52.2	23.2	100.0	
Terrestre					
Ferrocarril	4.7	37.5	57.8	100.0	
Autobuses	52.9	42.9	4.3	100.0	
Taxis	57.1	32.9	10.0	100.0	
Otros	36.4	34.9	28.8	100.0	

TABLA 18. ¿CÓMO CALIFICA LA CONECTIVIDAD ENTRE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE SU DESTINO AL EXTERIOR? (Porcentaje)							
Medio de transporte	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NC	Total
Aéreos	25.0	44.1	25.0	1.5	0.0	4.4	100.0
Terrestres	19.1	41.2	20.6	2.9	1.5	14.7	100.0
Acuáticos	8.6	51.4	21.4	14.3	4.3	0.0	100.0

GRÁFICA 4. ¿La conectividad de su destino hacia diferentes regiones afecta la competitividad?



PARTE 7: SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

TABLA 19. FRECUENCIA CON LA QUE LOS DELITOS AFECTAN AL TURISMO EN SU DESTINO (Porcentaje)					
Tipo de delito	Muy frecuentemente	Regular	Ocasional	Nunca	Total
Asalto a mano armada	9.9	18.3	62.0	9.9	100.0
Robo	18.3	26.8	50.7	4.2	100.0
Delitos contra la salud	29.6	22.5	38.0	9.9	100.0
Homicidios dolosos	7.0	15.5	57.8	19.7	100.0
Secuestros	7.0	9.9	59.2	23.9	100.0
Extorsión	15.5	16.9	54.9	12.7	100.0

TABLA 20. IMPACTO DE LA SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA EN EL TURISMO (Porcentaje)			
Tipo de situación	Si	No	Total
La incidencia delictiva ha sido un problema en el último año	62.3	37.7	100.0
Cuenta con protocolos de manejo de situaciones de riesgo	74.3	25.7	100.0
Cuenta con algún sistema de seguridad en su negocio	65.2	34.8	100.0
La implementación de estos sistemas han mejorado su servicio	64.6	35.4	100.0
La atención en salud es suficiente en una situación de riesgo	31.0	69.0	100.0
La percepción de la seguridad reduce el turismo en el último año	71.8	28.2	100.0

TABLA 21. CÓMO CALIFICA LA CANTIDAD DE ELEMENTOS POLICIAZOS EN SU DESTINO (Porcentaje)	
Calificación	PUERTO VALLARTA
Excesiva	2.9
Suficiente	34.8
Insuficiente	60.9
Inexistente	1.5
Total	100.0

PARTE 8: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

TABLA 22. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Porcentaje)			
Preguntas sobre promoción y comercialización	Si	No	Total
¿Realizó inversión durante los últimos 12 meses?	76.1	23.9	100.0
¿Ofrece paquetes de servicios?	64.3	35.7	100.0
¿Ha crecido la demanda por la implementación de paquetes de descuentos?	67.2	32.8	100.0
¿Está asociado a algún Tour-operador?	42.0	58.0	100.0
¿Utiliza la variedad cultura y/o gastronómica local para mejorar el servicio?	60.3	39.7	100.0
¿Ha recibido apoyo de algún programa del sector público?	24.6	75.4	100.0
¿Tiene acceso a los insumos necesarios para realizar su actividad adecuadamente?	94.1	5.9	100.0
¿La promoción de su destino permite que éste sobresalga respecto a otros destinos?	52.2	47.8	100.0

Una vez que a la empresa se le preguntó si realizó alguna inversión durante los últimos 12 meses, se les preguntó posteriormente cuál fue la principal fuente de recursos que le permitió llevar a cabo esa inversión. Las respuestas se distribuyeron como sigue. La columna “FRECUENCIA” muestra el número de empresas que contestaron la opción que se describe.

TABLA 23. PRINCIPAL FUENTE DE RECURSOS QUE LE PERMITIÓ LLEVAR A CABO LA INVERSIÓN REALIZADA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Fuente de recursos	Frecuencia
a) Crédito de alguna institución financiera, b) Crédito de proveedores, c) Recursos propios, d) Programa gubernamental	1
a) Crédito de alguna institución financiera, c) Recursos propios	2
b) Crédito de proveedores, c) Recursos propios	3
c) Recursos propios	48
d) Programa gubernamental	1
Total general	55

TABLA 24. CALIFICACIÓN DE RUBROS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Porcentaje)

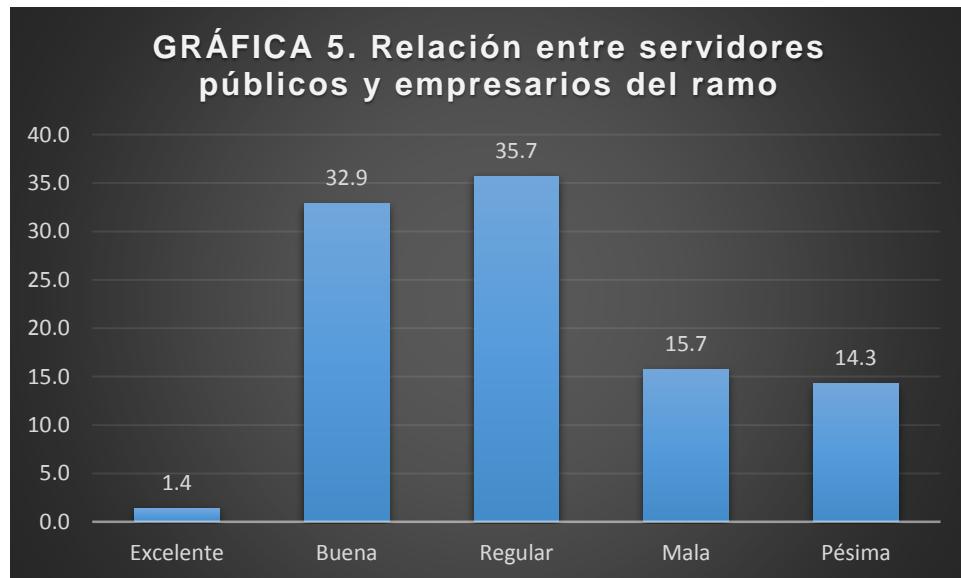
Rubro	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	Total
Acceso a crédito de la banca comercial	3.6	50.0	21.4	14.3	10.7	100.0
Banca de desarrollo	3.9	44.2	25.0	11.5	15.4	100.0
Facilidad para iniciar un negocio en su localidad	3.6	34.6	32.7	10.9	18.2	100.0
Nivel de retorno de la inversión inicial	0.0	34.0	45.3	11.3	9.4	100.0
Acceso a servicios básicos	3.6	63.6	27.3	1.8	3.6	100.0
Promoción del destino al que pertenece	5.4	39.3	26.8	23.2	5.4	100.0
Coordinación con organismos turísticos regionales	3.8	45.3	24.5	20.8	5.7	100.0

PARTE 9: GESTIÓN DEL DESTINO

**TABLA 25. ASPECTOS GENERALES SOBRE GESTIÓN DEL DESTINO
(Porcentaje)**

Gestión del destino	Si	No	Total
¿Tiene contacto con la dirección de turismo regional o estatal?	52.9	47.1	100.0
¿Se cuenta con algún comité u organización de turismo sustentable?	19.6	80.4	100.0
¿Considera que el presupuesto asignado a su destino favorece iniciativas de alto impacto?	23.1	76.9	100.0
¿Se han implementado iniciativas para regularizar el comercio ambulante?	44.3	55.7	100.0

A la pregunta sobre ¿Cómo calificaría la relación entre los servidores públicos y los empresarios del ramo turístico para atraer visitantes? se contestó lo siguiente:



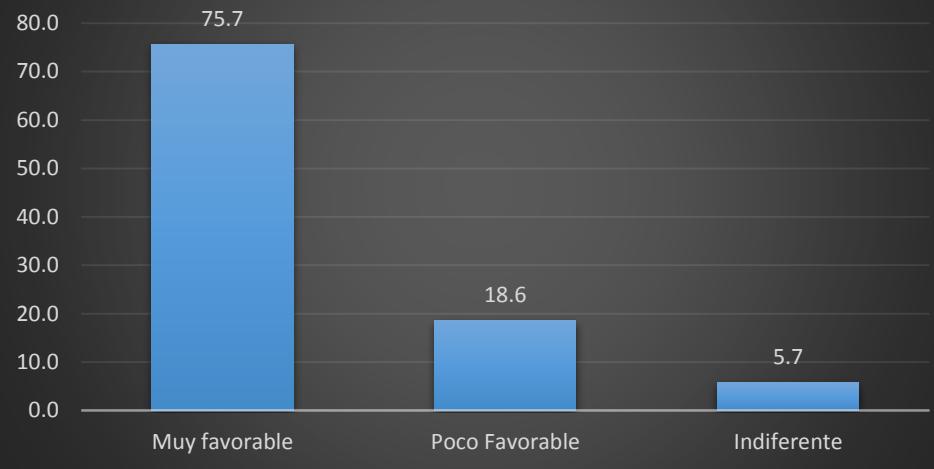
PARTE 10: TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA

TABLA 26. RUBROS UTILIZADOS PARA DAR A CONOCER SU PRODUCTO (Porcentaje)			
Rubro	Si	No	Total
Página de internet	88.4	11.6	100.0
Facebook	85.7	14.3	100.0
Twitter	44.9	55.1	100.0
Material impreso	85.7	14.3	100.0
Promoción vía telefónica	33.3	66.7	100.0
Contacto personal	95.7	4.3	100.0

TABLA 27. INVERSIONES REALIZADAS EN EL ÚLTIMO AÑO (Porcentaje)			
Tipo de tecnología	Si	No	Total
Computadoras	51.5	48.5	100.0
Software especializado	36.8	63.2	100.0
Banda ancha	48.5	51.5	100.0
Intercomunicadores	25.4	74.6	100.0
Cajas de cobro electrónico	30.3	69.7	100.0



GRÁFICA 7. ¿Cómo ha sido el impacto de las TIC's en su desempeño?



PARTE 11: COMPETENCIA

TABLA 28. UTILIZACIÓN DE FORMAS DE PAGO (Porcentaje)						
Forma de pago	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Ocasionalmente	Nunca	Total
Tarjeta de crédito/débito	27.1	38.6	8.6	5.7	20.0	100.0
Efectivo	54.3	24.3	14.3	5.7	1.4	100.0
Vales	0.0	0.0	0.0	1.5	98.5	100.0
Transferencias electrónicas	7.4	7.4	11.8	5.9	67.7	100.0
Cheques	2.9	1.5	2.9	5.8	87.0	100.0

Tabla 29. ASPECTOS SOBRE COMPETENCIA (Porcentaje)			
Competencia	Si	No	Total
¿Ha tenido que bajar sus precios por caídas en la demanda?	54.3	45.7	100.0
¿Se han establecido más competidores en el mismo giro?	88.2	11.8	100.0
¿Su actividad está siendo o puede ser sustituida por otro servicio?	24.6	75.4	100.0
¿Debido a esto ha tenido que bajar sus precios?	20.3	79.7	100.0
¿Utiliza campañas de promoción de marketing?	60.0	40.0	100.0
¿Exporta su producto/servicio?	3.1	96.9	100.0
¿Se ha visto afectado por la informalidad?	54.8	45.2	100.0
¿Debería de haber acuerdos en términos de competencia?	85.1	14.9	100.0

TABLA 30. ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA MEJORA DE SU ACTIVIDAD Y LA PROMOCIÓN DE LAS UTILIDADES			
Áreas	Si	No	Total
Capacitación	80.0	20.0	100.0
Apoyar la sustentabilidad turística	68.8	31.3	100.0
Mejorar servicios públicos	77.6	22.5	100.0
Diversificar la oferta de servicios	69.8	30.2	100.0
Accesibilidad a su zona turística	59.5	40.5	100.0
Fortalecer el producto turístico	82.4	17.7	100.0
Otra	11.1	88.9	100.0

TABLA 31. ORDEN EN QUE CADA UNO DE LOS SIGUIENTES FACTORES INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD DE SU DESTINO (Porcentaje)						
Factor determinante	1	2	3	4	5	Total
Precio	21.4	30.0	22.9	24.3	1.4	100.0
Calidad	37.1	34.3	22.9	5.7	0.0	100.0
Estrategia de promoción	11.4	15.7	30.0	41.4	1.4	100.0
Prestigio del destino	29.0	17.4	24.6	29.0	0.0	100.0
Otro	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	100.0

TABLA 32. ¿CONSIDERA QUE LA COMPETENCIA ENTRE EMPRESAS DEL MISMO DESTINO HA FOMENTADO QUE SE INCREMENTE... ?			
Rubro	Si	No	Total
Calidad de los productos turísticos	88.6	11.4	100.0
Innovación de la oferta de productos	85.7	14.3	100.0
La segmentación del mercado	88.2	11.8	100.0

PARTE 12: PREGUNTAS DE OPINIÓN

PREGUNTA	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Mi destino turístico se ha mejorado en el último año y se ha posicionado sobre otros de la misma región	7.0	35.2	8.5	43.7	5.6
Las instituciones locales se preocupan por el cuidado del medio ambiente	2.8	42.3	19.7	32.4	2.8
Los servicios públicos de recolección de basura son eficientes	2.8	28.2	11.3	40.9	16.9
La oferta turística ha dejado satisfecho al visitante	7.3	59.4	7.3	24.6	1.5
Los visitantes regresan por el excelente servicio que se les brinda	21.4	68.6	2.9	7.1	0.0
Hemos innovado en la clase de actividades que preparamos para los turistas	8.5	56.3	15.5	16.9	2.8
Pienso que en el futuro mi destino contará con mejores servicios de transporte	17.1	55.7	11.4	11.4	4.3

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Semblanza curricular del equipo de trabajo

Octubre 2013

SEMLANZA CURRICULAR

Responsable técnico:

Salvador Gómez Nieves

Profesor e investigador de carrera titular del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUC EA) de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Ciencias con especialidad en Planeación Turística por el Instituto Politécnico Nacional. Obtuvo el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, posgrado inscrito en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT, nivel de Competencia Internacional. Actualmente es Jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del CUC EA y forma parte del Sistema Nacional de Investigadores.

Responsables:

Carlos Rogelio Virgen Aguilar.

Profesor Investigador Titular del Departamento de Estudios Socioeconómicos del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Ciencias con especialidad en Planificación Turística por el Instituto Politécnico Nacional. Obtuvo el Doctorado en Ciencias para el Desarrollo Sustentable por la Universidad de Guadalajara. Actualmente forma parte del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I.

Ana Cecilia Reyes Uribe

Profesora e investigadora titular del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Hotelería Internacional y Administración Turística en la Universidad de Schiller, Inglaterra, y la Maestría en Dirección y Gestión Turística en la Universidad de Alicante, España. Obtuvo el Doctorado en Ecología Humana por la Universidad de Alberta, Canadá.

Irene Huertas Valdivia

Profesora huésped e investigadora del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió Turismo y Ciencias del Trabajo en la Universidad de Granada, España, donde también obtuvo la Maestría en Economía y Organización de Empresas; actualmente se encuentra cursando el Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales. Especialista Dirección y Gestión Hotelera por la Universidad Alfonso X El Sabio de Madrid, ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad en las cadenas hoteleras AC y Marriott International.

Roberto Moreno Ortiz

Profesor-Investigador de la Universidad de Guadalajara y Profesor de Postgrado de diversas Universidades privadas en los estados de Nayarit, Sinaloa y Baja California, México. Es geógrafo con especialidad en Desarrollo Regional. Cursó la Maestría en Administración con Especialidad en Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales de inversión. Obtuvo el Doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad por la Universidad de Guadalajara. Realizó una estancia doctoral en la Universidad Autónoma de Barcelona, España, en el año 2011, cursando las especialidades en Políticas Públicas y Sociales.

José Manuel Quintero Villa

Profesor-Investigador titular A del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Organización Profesional de Congresos y Eventos en la Universidad de Sevilla, España. Doctorante en Gestión y Desarrollo Turístico por la Universidad de Málaga, España. Es consultor de empresas turísticas.

Pablo Sandoval Cabrera

Profesor- Investigador de tiempo completo titular del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió la Licenciatura y Maestría en Economía con especialidad en economía de la empresa. Obtuvo el Doctorado en Crecimiento y Desarrollo Sostenible en la UNED, en España. Actualmente, estudia el Doctorado en Ciudad, Territorio, Sustentabilidad. Es consultor y conferencista.

Martha Rosalía Sánchez López

Profesora en materias del área turística y cultural y Coordinadora de los Diplomados para la Acreditación como Guías de Turistas del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió un Master en Gestión Cultural: Turismo, Patrimonio y Naturaleza en el Instituto Ortega y Gasset, en Madrid, España y el Doctorado en Historia del Arte y Gestión Cultural en el Mundo Hispanoamericano de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España, del que actualmente realiza la Tesis doctoral.

Alejandro Ruíz Rizo

Profesor e investigador de tiempo completo en el Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Ciencias con especialidad en Planificación Turística por el Instituto Politécnico Nacional. Pasante del Doctorado en Gestión Turística por la Universidad de Málaga, España.

Jorge Alberto Trujillo Bretón

Profesor e investigador del Departamento de Historia de la Universidad de Guadalajara. Obtuvo el Doctorado en Ciencias Sociales por El Colegio de Michoacán y su línea de investigación es la historia del delito en Jalisco, siglos XIX y XX. Actualmente es miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

Asistentes de investigación:

Lic. Andrea Rodríguez Pulido.
Lic. Blanca Carolina Robles Hernández.
Mtra. Brenda Susana Briseño Rocha.
Geog. Javier Ezau Pérez Rodríguez.
Lic. José Luis Castillo López.
Mtra. Karina Melisa Rodríguez Bocanegra.
L.U.M.A. Samuel Martínez Barba.

FORMATO DE CAPTURA DE PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA ESTATALES Y MUNICIPALES

Destino: Puerto Vallarta

Entidad Federativa: Jalisco

Instrumento Jurídico	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta	1973					X			Reingeniería del ejercicio de los recursos, para destinarlos a investigación y desarrollo de infraestructura turística	X	
Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico	18 de septiembre de 2011						X		Prioridad en la rehabilitación del Centro Histórico, como el principal atractivo turístico		Ayuntamiento de Puerto Vallarta
Ley de Turismo del Estado de Jalisco y sus Municipios	8 de octubre de 2012					Artículo 5, fracción XXII			Crear la figura del Procurador de la defensa del turista	Autoridades, Universidad y Empresarios del ramo turístico	
Ley de Hacienda del Estado de Jalisco		23 de septiembre de 2000				X			Se propone la creación de fideicomisos municipales en los que tengan injerencia varios sectores de la actividad turística, para que por medio de éstos, el gobierno estatal pueda recaudar y hacerse cargo de la destinación de		Congreso de Jalisco

FORMATO DE CAPTURA DE PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA ESTATALES Y MUNICIPALES

								dicho impuesto, procurando la transparencia, y mejor distribución de la tasa del 3.0%		
Ley de Impuesto al Valor Agregado	29 de diciembre de 1978	11 de diciembre de 2013			X		Capítulo VI	Aplicación de la tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias, al efectuarse tanto por organizadores de eventos nacionales como extranjeros		Cámara de Diputados
Código Urbano	1 de enero de 2009						Reglamento	Publicar los reglamentos del Código Urbano correspondientes a los diferentes municipios, en este caso, para Puerto Vallarta		Congreso de Jalisco

FORMATO DE CAPTURA DE PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA ESTATALES Y MUNICIPALES

PREGUNTAS:

Dentro de una lista de seis, bajo un orden de prelación, señale Usted cuáles son los trámites prioritarios que en su opinión deben mejorarse a efecto de favorecer el proceso de inversión en el sector turístico:

- 1. Verificar el origen del capital por invertir en materia de turismo**
- 2. Orientación financiera a los inversionistas por medio de FONATUR, a efecto de que no incurran en trámites erróneos**
- 3. Asesoría legal para evitar errores en los trámites ante las diversas autoridades y no cometer fraude, delito o daños a terceros o al patrimonio turístico local.**
- 4. Estimular al micro y pequeño empresario nacional, con asesoría, financiamiento y capacitación para operar al corto plazo**
- 5. Diseñar una Guía de Inversiones que contemple fuentes de financiamiento y los procedimientos de obtención y trámites.**
- 6. Contar con una ventanilla única de tramitología**

Desde su punto de vista, cuáles son los tres principales estímulos que el Gobierno Federal/Estatal/Municipal debe promover para fomentar el desarrollo del sector turístico:

Profesionalización del trabajo de los funcionarios públicos en los niveles estatal y municipal, a cargo de la actividad, a través de un proceso de selección con un examen de oposición, currículum vitae y experiencia demostrable.

La Secretaría o la Delegación de Turismo, según el caso, dará directamente solución a las quejas de los turistas afectados por montos superiores a 100 salarios mínimos vigentes en la zona, o daños a su salud causados por ingesta de alimentos descompuestos, por conducto del Procurador de la Defensa del Turista, para no remitir la queja a la Procuraduría Federal del Consumidor.

Otorgar a las Delegaciones o Direcciones Municipales, una proporción de lo que se capte por concepto del 2% a las tarifas de hospedaje, para destinarlo a la investigación y capacitación de comunidades locales.



COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
MTRO. ITZCÓATL TONATIUH BRAVO PADILLA
Rector de la Universidad de Guadalajara

Dr. Salvador Gómez Nieves
Director General del Proyecto

Colaboradores
Dra. Ana Cecilia Reyes Uribe
Dr. Carlos Rogelio Virgen Aguilar
Dra. Irene Huertas Valdivia
Dr. Jorge Alberto Trujillo Bretón
Dra. Martha Rosalía Sánchez López
Dr. Pablo Sandoval Cabrera
Dr. Roberto Moreno Ortiz
Mtro. Alejandro Ruíz Rizo
Mtra. Brenda Susana Briseño Rocha
Mtro. José Manuel Quintero Villa
Mtra. Karina Melisa Rodríguez Bocanegra
Lic. Andrea Rodríguez Pulido
Lic. Blanca Carolina Robles Hernández
Lic. Javier Ezau Pérez Rodríguez
Lic. José Luis Castillo López
Lic. Samuel Martínez Barba

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA
HÉCTOR FLORES SANTANA
Director General

Eduardo Camacho Ibar
Socio-Director

Armando Mújica Romo
Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo
Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores
Vanessa Anaya Elizalde
Marnye Caldera Blanquet
Gabriela Cervera Hernández
Cristian Juárez Godínez
Luis Miguel Lugo Cuellar
Arturo Muñoz Canales
Martha Palacios Vera
Rodolfo Pérez Álvarez
Inocente Reyes Mejía
José Luis Romero Espejel
Sergio Valderrama Herrera
José Luis Zúñiga Vázquez
Rodrigo de la Rocha Félix
Emiliano González Lozada

Contacto:
www.gemes.com.mx
gemes@gemes.com.mx

