



ACTA DE SESIÓN DE LA COMISIÓN EDILICIA PERMANENTE DE PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO, CELEBRADA EL DÍA 07 DE MAYO DE 2025.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muy buenos días, vamos a iniciar. Buenos días compañeros regidoras, regidores e invitados especiales y a quien nos acompañan este día, les doy una cordial bienvenida a esta sesión de la Comisión Edilicia Permanente de Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico. Siendo las 11 once horas con 20 veinte minutos del día de hoy miércoles 07 siete de mayo del 2025 dos mil veinticinco, damos inicio a esta sesión.

A continuación, tomaré la correspondiente lista de asistencia de los integrantes de esta comisión.

1. LISTA DE ASISTENCIA. - - - - -

	INTEGRANTES DE LA COMISIÓN EDILICIA DE PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO	
1	Regidora María Laurel Carrillo Ventura Colegiada	Presente
2	Regidor Arnulfo Ortega Contreras Colegiado	Presente
3	Regidora Erika Yesenia García Rubio Colegiada	Presente
4	Regidora Melissa Marlene Madero Plascencia Colegiada	Presente
5	Regidor Luis Jesús Escoto Martínez Colegiado	Presente
6	Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías Presidenta	Presente

2. DECLARACIÓN DEL QUÓRUM LEGAL. - - - - -

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-Por lo que de seis integrantes de la comisión, les informo que contamos con la asistencia de seis ediles. Por lo anterior, se declara la existencia de Quórum legal para la celebración de esta sesión, siendo las 11 once horas con 21 veintiún minutos del día 07 siete de mayo del año 2025. Por lo anterior, todos los acuerdos y decisiones que se tomen serán válidos de conformidad con la Ley de Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, así como el Reglamento del Gobierno Municipal de Puerto Vallarta, Jalisco.

Antes de continuar, quiero agradecer la presencia de la Licenciada Alejandra Cornejo, titular de la Dirección de Promoción Económica y Turismo, bienvenida, denle un fuerte aplauso por favor. El licenciado Miguel Ángel Maya Álvarez, Gerente Comercial de ASIPONA, en representación del almirante retirado Juan Ortiz Guarneros, bienvenido, por favor, gracias. Vicente Aguilar Sosa, presidente de Puerto Mágico, bienvenido. Luis Antonio Villaseñor Nolasco, director del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, bienvenido. Marta Leticia Parra Vargas, presidenta de CANIRAC, delegación Puerto Vallarta, bienvenida. Jorge Zambrano Hernández, secretario de la Asociación de Zona Romántica, bienvenido. José Ignacio Cruz García, gerente de Asociación de la Zona Romántica, bienvenido. Alonso Magaña Pérez, asesor jurídico de la Asociación de la Zona Romántica,



bienvenido, y el licenciado Francisco Gabriel Vizcaino Rendón, presidente del Consejo Directivo de COPARMEX, bienvenido. Vicente Gallegos, socio de COPARMEX, bienvenido. Licenciada Guadalupe Bayardi González, presidenta del Consejo Coordinador de Vallarta y Bahía de Banderas, bienvenida. Licenciado Carlo Iván Pérez Gómez, director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, bienvenido, y también tenemos el honor de tener aquí al vicepresidente nacional de CONCANACO, el ingeniero Javier Zepeda. Muchas gracias por acompañarnos el día de hoy. Muy bien, continuamos.

3. APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Una vez expuesto lo anterior, propongo a ustedes, compañeras y compañeros regidores, el siguiente orden del día, del cual ya tienen conocimiento en virtud de haberse la remitido con la convocatoria que fue expedida para la celebración de esta sesión. Como punto número uno, tenemos la lista de asistencia. Como punto número dos, declaración del Quórum legal. Como punto número tres, aprobación del orden del día. Como punto número cuatro, lectura y discusión en caso de aprobación del acta de sesión con fecha 25 veinticinco de marzo del año 2025 dos mil veinticinco. Como punto número cinco, presentación del informe turístico mensual de Puerto Vallarta, correspondiente al periodo de octubre 2024 marzo 2025, por parte de la Gerencia de Gabinete de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo. Como punto número seis, informe de la actividad turística desarrollada durante el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua, por parte de la Dirección de Promoción Económica y Turismo. Punto número siete, informe por parte del sector empresarial del periodo vacacional de Semana Santa y Pascua. Como punto número ocho, asuntos generales. Y nueve, clausura de la sesión.

Está a su consideración, compañeros regidores, el orden del día expuesto, por lo que en votación económica solicito manifiesten el sentido de su voto levantando la mano. ¿Quiénes estén a favor? Seis a favor, cero en contra y cero en abstención

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor queda aprobado por mayoría simple.

4. LECTURA, DISCUSIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL ACTA DE SESIÓN DE FECHA 25 DE MARZO DEL AÑO 2025. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Agotados los primeros tres puntos del orden del día, pasamos al punto número cuatro. En lo relativo a la lectura, discusión y en su caso aprobación del acta de sesión de fecha 25 de marzo del año 2025 y toda vez que les fue remitida con anterioridad y no habiendo ninguna aclaración o corrección a la misma de conformidad con el artículo 57, fracción II del Reglamento del Gobierno Municipal de Puerto Vallarta, Jalisco, pido ustedes, compañeros regidores, que se tenga a bien omitir su lectura, por lo que en votación económica solicito manifiesten el sentido de su voto. ¿Quiénes estén a favor? Seis votos a favor, cero en contra, cero en abstención.

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0



Con seis votos a favor queda aprobado por mayoría simple.

Por lo que, una vez aprobada la omisión de la lectura, del mismo modo solicito sea aprobada el acta de fecha 25 de marzo del año 2025 mediante votación económica. ¿Quiénes estén a favor?

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor, cero en contra y cero en abstención queda aprobado por mayoría simple.

5. PRESENTACIÓN DEL INFORME TURÍSTICO MENSUAL DE PUERTO VALLARTA, CORRESPONDIENTE AL PERIODO OCTUBRE 2024 - MARZO 2025, POR PARTE DE LA GERENCIA DE GABINETE DE PROSPERIDAD, DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Para antes, compañeros regidores y con la finalidad de darle agilidad a esta sesión, les parece bien que primero desahogemos los puntos 5, 6 y 7 de la orden del día y una vez finalizado los puntos pasaremos a la parte de comentarios y preguntas. ¿Les parece bien? Ok, igual solicito a mis compañeros regidores el otorgarles el uso de la voz a todos y cada uno de los invitados a esta sesión, expresando su sentido del voto de la manera acostumbrada, para que en su momento cada uno pueda participar de la misma. ¿Quiénes estén a favor? Seis a favor, cero en contra y cero en abstención.

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor, queda aprobado por mayoría simple.

Como punto número 5 del orden del día, presentación del informe turístico mensual de Puerto Vallarta, correspondiente al periodo octubre 2024 marzo 2025, por parte de la Gerencia de Gabinete de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo, tenemos en representación del licenciado Héctor Mata, a la licenciada Erika Gallegos, quien nos dará la información correspondiente, así es que adelante, por favor.

Lic. Erika Guadalupe Gallegos Valencia, en representación del Lic. Héctor Mata Espinoza, Gerente de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo, Invitado.- Bueno, primero que nada el gerente no pudo asistir el día de hoy porque se encuentra en Guadalajara en una reunión, pero bueno, aquí tenemos el informe turístico mensual correspondiente al periodo octubre 2024 marzo 2025.

Puerto Vallarta, uno de los destinos de playa más importantes de México, ha mostrado un desempeño turístico destacado desde octubre 2024 hasta la fecha actual, marzo 2025. Este informe presenta un análisis mensual de los principales indicadores turísticos en Puerto Vallarta, en el periodo octubre a marzo 2025, incluyendo comparativos interanuales con 2023. Se incluyen datos de llegada de turistas nacionales e internacionales, ocupación hotelera, derrama económica, arriba de cruceros, llegadas de turistas por vía aérea, estadía promedio, entre otros indicadores clave disponibles.

Los datos se han obtenido y contrastado con fuentes oficiales, DATATUR Sector Jalisco, ASIPONA, GAP, Observatorio Integral de la Región Turística de Puerto Vallarta Bahía de Banderas. El resumen de indicadores turístico clave octubre 2024-2025, tenemos seis indicadores que estamos analizando. El mensual de turista, bueno, en octubre 2024 tuvimos catorce mil trescientos siete, perdón,



quinientos catorce mil trescientos siete. En noviembre 2024, quinientos setenta y tres mil doscientos cuarenta y seis. Diciembre 2024, quinientos setenta y dos mil ciento ochenta y tres turistas. Enero 2025, quinientos treinta y nueve mil ciento cuarenta y cinco. Febrero 2025, cuatrocientos veintiocho mil trescientos turistas. Marzo 2025, quinientos cincuenta y cuatro mil novecientos cincuenta y seis turistas. Respecto a la ocupación hotelera, en octubre 2024 tuvimos un sesenta y dos por ciento en ocupación hotelera. Noviembre 2024, setenta y nueve por ciento. Diciembre 2024, setenta y nueve por ciento. Enero 2025, ochenta y tres por ciento. Febrero 2025, ochenta y seis por ciento. Marzo 2025, ochenta y uno por ciento. En el indicador de derrama económica para el mes de octubre 2024, en millones de pesos, octubre 2024, tenemos tres mil trescientos siete millones de pesos. En noviembre 2024, tres mil setecientos sesenta y siete. Diciembre 2024, tres mil novecientos siete. Enero 2025, tres mil setecientos treinta y siete. Febrero 2025, tres mil cuatrocientos diecisiete millones de pesos. Marzo 2025, tres mil setecientos treinta y siete. Para el indicador de estadia promedio, en octubre dos mil veinticinco, dos mil veinticuatro, perdón, tenemos que el turista estuvo en un promedio de dos punto setenta y seis días promedio. Noviembre dos mil veinticuatro, tres días promedio. Diciembre dos mil veinticuatro, tres punto veintisiete. Enero dos mil veinticinco, tres punto cuarenta y siete. Febrero dos mil veinticinco, tres punto cincuenta y cinco. Marzo dos mil veinticinco, tres punto treinta y siete. Respecto al indicador de cruceristas, para octubre dos mil veinticuatro, tuvimos cincuenta y cinco mil novecientos doce. En noviembre dos mil veinticuatro, setenta mil trescientos noventa y seis cruceristas. En diciembre dos mil veinticuatro, setenta y cuatro mil cuatrocientos cuarenta y nueve cruceristas. Enero dos mil veinticinco, sesenta y cuatro mil cinco. Febrero dos mil veinticinco, cuarenta y tres mil setecientos ochenta y ocho. Y marzo dos mil veinticinco, sesenta y cuatro mil cuatrocientos treinta y cuatro. Respecto los turistas que arribaron vía aérea, para el mes de octubre dos mil veinticuatro, tuvimos doscientos veintiocho mil seiscientos cuarenta y uno. Noviembre dos mil veinticuatro, trescientos siete mil seiscientos cuarenta y cinco. Diciembre dos mil veinticuatro, trescientos sesenta y siete mil ciento veintiuno. Enero dos mil veinticinco, trescientos cuarenta y nueve mil cuatrocientos sesenta y nueve. Febrero dos mil veinticinco, trescientos veintiún mil doscientos setenta y cinco. Marzo dos mil veinticinco, trescientos sesenta y seis mil trescientos dos turistas. Este es el resultado en una gráfica comparativa con el año anterior, en este caso octubre tenemos la comparativa 2024-2023 de llegada de turistas, en octubre 2023 tuvimos 447 mil 393 y octubre 2024 tuvimos un alza con 514 mil 307 turistas, ahí tuvimos un incremento en ese mes, en noviembre también tuvimos incremento para el 2024, noviembre 2023 tuvimos 521 mil 758 turistas y noviembre 2024 573 mil 246 turistas. En diciembre respecto 2023 y 2024 también hubo un incremento, en 2023 fueron 500 mil 991 turistas y en 2024, diciembre fueron 572 mil 183. Respecto al mes de enero tuvimos 528 mil 32 turistas contra 539 mil 145 turistas con el enero de este año. Febrero tuvimos una pequeña variación de febrero 2024 contra febrero 2025, fueron 460 mil 242 en febrero 2024 y 428 mil 300 turistas en febrero 2025. En el mes de marzo ya tuvimos ahí un incremento nuevamente, donde marzo 2024 tuvimos 522 mil 407 contra marzo 2025 554 mil 956. En el indicador de ocupación hotelera tenemos la comparativa del año actual con el anterior, igual estamos comparando también octubre 2023 contra octubre 2024. En octubre 2023 tuvimos un 61.34% contra octubre 2024, un 61.94%. Noviembre 2023 tuvimos un 76.40% contra noviembre 2024, un 79.19% de ocupación hotelera. En diciembre 2023 tuvimos un 76.97% contra diciembre 2024, de 79.80%. En enero 2024, 78.94% contra 2025, 82.70%. En febrero, 85.61% contra 86.44% y marzo 80% contra 81% en ocupación hotelera. Respecto a la derrama económica para octubre 2024, tuvimos 3.307 millones de pesos, para noviembre 2024, 3.707. Para diciembre 2024, 3.907 millones de pesos. Enero 2025, 3.737 millones de pesos. Febrero 2025, 3.417 millones de pesos. Marzo 2025, 3.737 millones de pesos. En promedio, en el periodo que se está informando, fueron 21.872 millones de pesos. Esta es una gráfica del indicador de estadia promedio del turista que visita nuestro puerto Vallarta en el periodo octubre a marzo 2025. Tres días promedio, 3.2 días promedio, es correcto. Llegada de cruceristas, este es otro de los indicadores que estamos nosotros analizando nosotros, bueno, el rojo es el año anterior y el gris es el actual, en el que sí se ve que hubo un incremento. Bueno, en octubre, pues, hubo 55.912 contra 30.522. En noviembre, 70.396 contra 49.235 cruceristas. Diciembre, 74.449 contra 37.939 cruceristas. En enero, 64.005



contra 72.889. Ahí hubo una pequeña disminución. Febrero, 43.788 cruceristas contra 49.463. Marzo, 64.434 contra 54.924 cruceristas. Son los indicadores que nosotros estamos analizando y, bueno, tenemos algunas recomendaciones estratégicas y acciones sugeridas por parte de la gerencia para mejorar los resultados turísticos de Puerto Vallarta.

En el corto y mediano plazo se proponen las siguientes estrategias y acciones clave. Diversificación de mercados y promoción inteligente. Con ello, bueno, fortalecer la promoción turística dirigida a mercados internacionales clave, Estados Unidos, Canadá, Europa, sin descuidar el mercado nacional, por supuesto.

Desarrollar campañas segmentadas que destaquen los atractivos turísticos de Puerto Vallarta, cultura local, gastronomía, ecoturismo, lujo y que utilicen inteligencias de mercado para llegar al público objetivo. Aprovechar alianzas con aerolíneas y tour operadoras para incrementar rutas y frecuencias consolidando la posición de Vallarta en rankings internacionales. Asimismo, impulsar nichos como el turismo LGBT+, el turismo de bienestar y turismo deportivo, donde el destino tiene ventajas competitivas.

Otra de las estrategias que nosotros, bueno, estamos sugiriendo, bueno, es el impulso al turismo todo el año, mitigando estacionalidad. Desarrollar un calendario anual de eventos ancla y festivales en temporada baja, verano y otoño, para atraer visitantes en esos meses. Por ejemplo, expandir festivales existentes como el Gourmet Film Festival, crear nuevos eventos culturales, deportivos, internacionales en meses de baja ocupación y promover el turismo de reuniones, congresos, convenciones en junio a octubre, ofreciendo incentivos.

La coordinación con SECTUR Jalisco y la iniciativa privada donde asegurar eventos de alto perfil que generen flujo constante. También diversificar la oferta hacia productos no estacionales, ecoturismo en la sierra, excursiones a pueblos cercanos, etcétera, para ofrecer incluso fuera de temporada de playa.

Mejora de la conectividad y movilidad, bueno, continuar con las inversiones en infraestructura, ya en marcha, ampliación aeroportuaria y mejoras viales.

Innovación en experiencia turística y calidad de servicio. Capacitar constantemente a los trabajadores del sector, hotelería, restaurantes, guías, transporte, para elevar la calidad en el servicio, porque una experiencia satisfactoria aumenta la repetición y recomendación del destino.

Gestión sostenible y desarrollo equilibrado. Priorizar la sustentabilidad en el desarrollo turístico. Proteger las riquezas naturales, playas limpias, vida marina, mediante regulaciones ambientales estrictas y promoción de prácticas responsables entre turistas.

A la par hay que asegurar que el crecimiento turístico beneficia la comunidad local. Impulsar programas de integración comunitaria, apoyo a emprendedores locales y desarrollo urbano planificado que evite desequilibrio social. Por último, fortalecimiento institucional y de inteligencia de mercado. Esto implica mantener actualizados los sistemas de recopilación de datos, data tur, encuestas de satisfacción, monitoreo de tendencias, ello con el fin de convertir esta información accionable para el tema de decisiones. Por ejemplo, ajustar campañas promocionales basadas en tendencias de reservaciones o invertir en infraestructuras según análisis de flujos por zona.

Conclusión, Puerto Vallarta mantuvo en octubre a marzo 2025 un desempeño turístico muy robusto con crecimientos interanuales en la mayoría de indicadores, llegadas, ocupaciones de rama con mexicanos como extranjeros. Si bien existen retos en la temporalidad de la demanda y en asegurar la sostenibilidad del crecimiento, las acciones emprendidas y la coordinación público-privada muestran un camino claro para enfrentar dichos desafíos. Puerto Vallarta se encamina a romper récords históricos de visitantes y de rama en 2025, apoyado en la fortaleza de su oferta turística y en una estrategia integral de desarrollo.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-¿Sería todo? Muchas gracias.

6. INFORME DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DESARROLLADA DURANTE EL PERIODO VACACIONAL DE SEMANA SANTA PASCUA POR PARTE DE LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN ECONÓMICA Y TURISMO.-----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-Continuamos, como punto número 6 tenemos el informe de actividad turística





desarrollada durante el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua por parte de la Dirección de Promoción Económica y Turismo. Bienvenida a la directora Alejandra Cornejo para que nos brinde información de este periodo vacacional, adelante con su proyección.

Lic. Rosalba Alejandra Cornejo Cornejo, Directora de Promoción Económica y Turismo, Invitada.-

Muchísimas gracias, agradezco la invitación y esta iniciativa a la Regidora Marcia Raquel Bañuelos, Presidenta de esta Comisión Edilicia, para realizar este recuento de los resultados que se han tenido tanto de lo que va de la administración que es de octubre hasta abril de este mes y en lo que cabe la petición de que analizáramos también las propias cifras que se han llevado en la propia temporada vacacional de Semana Santa y Pascua. Vamos a iniciar la presentación, si me ayudan por ahí a conectar la computadora. Y pues agradecer a todos los aquí presentes este espacio de diálogo que nos permita construir, analizar y colaborar entre todos los sectores clave del sector turístico. Deseamos avanzar en esta interpretación integral de los datos de todos los factores que favorecen al turismo como es la conectividad aérea, carretera, el perfil de visitante, las fechas móviles y los ritmos del mercado internacional y nacional. Iniciamos esta reunión con un firme compromiso de compartir información clara que nos permita tratar temas de ocupación turística, esta parte que nos permita ejecutar la planeación y la promoción de nuestro destino a nivel nacional e internacional. Quisiera hacer un recuento, por un lado, es fundamental contextualizar que el presente periodo de Semana Santa 2025, este año se presentó de forma posterior a lo que regularmente es en marzo, en el mes de marzo. Se insertó en 2024 en una temporada aún activa y permitió ahora sí que recorrer este espacio en que concurrieron tanto el turismo nacional como el internacional. Sin embargo, este 2005 que se presenta en la segunda y tercera semana de abril, permite extender la ocupación invernal por una o dos semanas más y que adicionalmente con el reciente puente vacacional del 5 de mayo, pues tenemos una ocupación extendida hasta principios incluso del mes de mayo. Este fenómeno, que realmente fueron las fechas en calendario, ofrece una ventana más larga de comercialización del destino y en consecuencia mejora los promedios de ocupación y rendimiento durante el primer cuatrimestre de este año. El reporte de GAP hacia Puerto Vallarta de 2024-2025, nos marca que ascendió en un 15.4% el crecimiento realmente general del destino, sin embargo, vemos esta fuerte presencia de turismo nacional. Es fundamental entender en el marco temporal de comparación que la Semana Santa en 2024, como bien lo explico, coincidió con el mes de marzo, lo cual insertó durante el mayor pico de temporada vacacional de turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá. Esta concurrencia nos ayudó mucho el año pasado, sin embargo, ahora veremos un cuatrimestre muy sano en las cifras que también nos ha compartido la Gerencia propiamente de prosperidad y pues bueno, estamos con toda la intención de continuar en las temporadas bajas, marzo y consiguientemente junio, de poder levantar esta estacionalidad y poder aprovechar esta conectividad terrestre y esta gran conectividad aérea que también lo vemos en las alianzas que se lograron en Tianguis, con algunas aerolíneas, Fideicomiso de Turismo y Secretaría de Turismo Jalisco estuvieron participando activamente para que esta conectividad aérea se mantenga y la conectividad carretera nos permita tener fines de semana con una buena y sana ocupación para Puerto Vallarte. Iniciamos ahora la presentación con este parte aguas. La información general que ya también nos han compartido, donde nos encontramos en la Bahía de Banderas, la ubicación estratégica de nuestra bahía, las bellezas naturales que nos ofrece y las múltiples playas y pueblos costeros que pues realmente representan un gran sitio de interés ecológico recreativo para nuestros turistas.

La afluencia de visitantes yo la tengo de manera general, bueno, vemos un 2024 con 6 millones 94 mil 530 visitantes, una mezcla del 33 por ciento internacional y 67 por ciento nacional y bueno, el 2024 a 23, estamos hablando de enero a diciembre, hubo un incremento del 0.85 por ciento con respecto al año anterior, 2023. Capacidad hotelera, tenemos estas unidades de hospedaje 26 mil 056 y pues tenemos 433 hoteles u otro tipo de villas, cabañas u otro tipo de unidades de hospedaje que están registradas. El porcentaje de ocupación anual del 2024 70.82 por ciento, una estancia promedio de 3.03 noches y una densidad de ocupación de 2.18 personas por cuarto, tomando como referencia los datos de SECTUR.

La ocupación hotelera hasta este momento se encuentra pues fundamentalmente recabándose por la Secretaría de Turismo Federal a través del sistema DataTur,



**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

nos ofrece una plataforma donde da una información de los doce centros turísticos más importantes, sin embargo ahorita con el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua, la última información que recibimos y que está publicada pues es la primera semana de marzo, entonces esperaremos que en la última semana entre el 20 y en las próximas dos semanitas podamos tener una cifra contundente ya de lo que representó marzo y abril de 2025. Esta es una comparativa que tenemos de la de SECTUR con una cifra estimada de enero, febrero y abril y como vemos pues marzo realmente este año se destacó con un 81.1 por ciento, abril pues estamos esperando al cierre de las cifras que estarán entregándonos en las próximas dos semanas como se han comentado, pero sin embargo vemos un buen comportamiento del destino y un crecimiento aunque ligero pero que nos permite entender que nuestro turismo está trabajando coordinadamente con todas las organismos de turismo a nivel estatal y el Fideicomiso de Turismo propiamente. Una comparativa también con fuente de SECTUR, donde vemos un comportamiento con tres años de anticipación, 2022, 2023, 24 y 25 y vemos como ustedes pueden checar los primeros tres meses con un crecimiento pues estable del sector turístico en nuestra ciudad.

Esperaremos las siguientes cifras de abril para que en el mes pues en el mes de mayo podamos cerrar este primer cuatrimestre. La conectividad como lo mencionaba es una gran ventaja, tenemos una gran conectividad aérea, este es al cierre de 2024, 3.3 millones de pasajeros en la parte de cruceros, 548.146 y en la parte carretera 501.588. Esta es una de las infografías que nos ha compartido el sistema STARC, esta colaboración que se tiene con la Universidad de Anáhuac, con el cierre de pasajeros solamente en el primer cuatrimestre que también nos permite ver de 2023, 24, 25, pues las cifras de los tres principales destinos del país en el cual Puerto Vallarta pues mantiene esas cifras que se han colocado y que nos permite hablar de un turismo que sigue viniendo y que principalmente pues ante el contexto internacional de Estados Unidos, aunque hay una preocupación estaremos alerta. Creemos que estas alianzas que el mercado canadiense que se ha logrado en Gala, por ejemplo la alianza con la agencia Sunway y WestJet permitirá una afluencia positiva de conectividad aérea y que busquemos otros mercados, atender al mercado nacional, atender al mercado canadiense para que si en un momento dado esta demanda de turismo de Estados Unidos no responde, podamos acudir a mercados alternativos que ya han respondido con gran confianza y fidelización hacia el destino como lo es Canadá y México.

Y bueno finalmente pues hablar un poco de lo que sucedió en Gala, no esto que les he mencionado, esta gran alianza entre WestJet y Sunway nos habla de una perspectiva de Canadá, tiene interés en trabajar con Puerto Vallarta de una manera más activa, esta conectividad nos va a beneficiar que estos asientos vengan a Puerto Vallarta y ya iniciarán los viajes de familiarización de los turoperadores y agencias de viajes que estarán viniendo a la ciudad a partir del mes de mayo y hasta septiembre para conocer el destino y para conocer pues tanto el producto turístico, hospedaje y todos los servicios que ofrece nuestra ciudad. Por otro lado también el Canadá inicia con estos viajes de familiarización, ya algunos hoteles están colaborando en ofrecer hospedajes gratuitos para atender a estos agentes de viajes de Canadá y que puedan pues llevarse una mejor experiencia de primera mano de lo que ofrece el destino y de la hotelería que está disponible para poder realizar estos acuerdos. Bueno pues en Tianguis Turístico también por ahí estuvimos presentes, hay una gran presencia de Jalisco, todos los prestadores, hubo cerca de 30 participantes en el stand, donde se llevaron citas activas, hoteles como Buenaventura, Mío, Villa Premier, Vamar, también estuvo Casa Carmen, Delfín, Canopy River, hubo un gran cierre de por parte de la hotelería que ahí estuvo representada y pues que también comentó que este cuatrimestre realmente fue un cuatrimestre positivo para Puerto Vallarta y que pues esperamos que en los siguientes meses logremos concluir con buenos resultados el 2025.

Este es un resumen de actividades, muy generales de la dirección, del nuevo número de eventos turísticos que se han apoyado hasta el momento, que han sido 40, haremos ahorita que baja el pico de ocupación para tener dos o tres activaciones más durante el año, un total de tres talleres, uno próximo a realizarse por nuestra subdirectora Lorena Beltrán, que también estará realizando por ahí algunos talleres a lo largo del año, hemos participado también a través de actividades turísticas guiadas sin ningún costo para el turista, hemos atendido hasta ahora 1,020 turistas con una free walking tour que ofrecemos desde la oficina del centro aquí en la dirección de turismo. Promoción de temporada baja, acciones



específicas, colaborar con gran ánimo en la campaña de CONCANACO, que es la gran escapada, donde nos invita a todos los prestadores a sumarnos y a registrarnos a través de la plataforma. Nos gustaría por ahí que nos hicieran algún comentario CONCANACO de cómo participar, hay un registro muy sencillo en línea y que queremos extender esa invitación a todo el sector turístico de Puerto Vallarta. Hasta ahora hemos atendido en los tres centros 584 turistas en el centro, 120 en la oficina de mina y en Lázaro Cárdenas que abrió hace dos meses un total de 150 turistas, dando también atención a la zona romántica. Estos son algunos indicadores de rendimiento con los que estaremos presentando un informe detallado una vez que concluya este año, algunos indicadores de rendimiento y de gestión y que allá habrá oportunidad regidora de presentar un programa extenso y detallado de nuestra participación y de cómo lo lograremos. Esperemos que dentro del Consejo Consultivo de Turismo todas las ideas estén integradas, no, todo el sector transportista, conserje, agentes de viajes, el sector hotelero por supuesto, el restaurantero y todos los prestadores de servicios podamos abonar a crear este programa detallado que integra la visión general de todo el destino y bueno aquí a grandes rasgos tengo la primera parte que los indicadores de rendimiento y gestión que presentaremos, por otro lado el impacto del destino y cómo lo vamos a medir. Lo tercero pues las acciones y campañas en promoción y marketing que pueda proponer la propia dirección que estamos elaborando y también por la satisfacción que podamos concentrar de todos los actores locales, los stakeholders, que realmente esta dirección pueda articular a todos los organismos públicos y privados y que podamos de esa forma crear pues una sinergia que pueda permitir construir estas siglas y seguirlas construyendo, seguirlas elevando y que permita a nuestro destino pues ser el destino de clase mundial que somos. Y pues agradecer a todos su participación, abrir este espacio para dialogar a través de datos y escuchando las diferentes visiones del sector para nosotros es muy importante y esperamos pues construir estas estrategias informadas y conjuntas entre todos los actores que aquí estamos, les agradezco este espacio, agradezco y pues quedamos a la orden y en espera de cualquier duda o comentario que pudiera surgir.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias directora y para continuar también me gustaría, aquí tenemos el honor de tener al Gerente comercial de la ASIPONA, si también nos pudiera hacer el honor de podernos compartir esas cifras de cómo venimos y si me ayudas a proyectarlas, ¿las tienes ya listas para proyectarlas?

Lic. Miguel Ángel Maya Álvarez, Gerente Comercial de ASIPONA, en representación del Almirante retirado Juan Ortiz Guarneros, Invitado.- Bueno pues muy buenas tardes ya, a nombre del Almirante Juan Ortiz Guarneros, te manda saludos, se agradece la invitación y de igual forma se excusa por no poder venir por temas laborales. Creo que la aportación que podemos hacer es que al inicio del año sí estábamos preocupados, había un anuncio de un cobro de un derecho de internación por 42 dólares que nos preocupaba, las líneas de cruceros lo habían manifestado. Decirles que, en el pasado evento celebrado en abril, el Sea Trade, se tuvieron reuniones con las líneas de cruceros y después de un trabajo muy intenso con turismo, tanto federal como estatales, se logró una reducción a 21 dólares, el derecho de internación y una aplicación gradual. Podemos decir que por parte de las líneas de cruceros ya aceptaron y entonces ya no hay una preocupación seria por cortes serios de arribo de cruceros, eso nos da mucha tranquilidad. Por otro lado, también comentar que en ocasiones se nos pregunta cuántos cruceros vienen, pero compartirles que a veces no es el número de cruceros, sino la capacidad de pasajeros. El año pasado terminamos con cuatro cruceros menos, pero tuvimos más capacidad de cruceristas. Entonces, ahorita aunque llevamos también menos cruceros, pero nos estamos manteniendo los resultados que estamos esperando, estamos logrando las metas. Estamos trabajando muy de la mano con FIDETUR, al cuál agradecemos, sobre todo para la realización de eventos, congresos, convenciones que se han venido realizando y quizá no tiene que ver tanto con la cuestión marítima, pero sí con la cuestión de promoción del Puerto. Hemos reconocido que somos una comunidad, trabajar con los cesionarios como Puerto Mágico y todos los demás es para nosotros importante, porque eso nos fortalece y podemos ofrecer mejores servicios a los cruceristas. Y de lo mismo es bien importante que se aumente la oferta turística del destino, porque eso va a hacer que los cruceristas no siempre encuentren lo



mismo, sino vayan encontrando nuevas opciones. Y sí, definitivamente ahí los encargados del turismo tienen trabajo para desarrollar nuevas cosas, pero al momento puedo comentar que los resultados se están obteniendo. Aquí podemos... no se ve en la parte... en abril tuvimos afortunadamente tres arribos triples que se llevaron con éxito, sin ninguna novedad. Podemos decir que en el primer arribo de los cruceros Sundance, Navigator y el Carnival, transportaron nueve mil 807 pasajeros, sólo pasajeros, más aparte los tripulantes, que en resumen sí fue un buen ingreso tanto para la entidad como para el Ayuntamiento, bueno, el municipio. Y el segundo arribo triple también del Eurodam, Coral Princess y el Discovery Princess, también nos arrojaron un arribo de siete mil 727 cruceristas, que igual se traduce pues en una fuente de ingresos. Finalmente, sobre los datos de Semana Santa del turismo local, podemos decir que en la Semana Santa se recibieron 19 mil 726 visitantes o pasajeros en 800... en 894 recorridos. Y en la Semana Pascua, que fue posteriormente, fueron 13 mil 203 pasajeros con 705 recorridos. Estamos hablando de alrededor de 33 mil pasajeros recibidos y que se les dio servicio en esa temporada. Es lo que podemos comentar, no sé si hay alguna duda, algún comentario, pues con gusto estamos atentos.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias, licenciado Miguel Ángel. Pues la verdad es grato escuchar estos números, verdad, es un grato, ya que en Puerto Vallarta vivimos del turismo, verdad, y trabajamos para el turismo. Yo quiero agradecer a cada una de las dependencias, gracias también a Fidecomiso, porque ha venido trabajando arduamente para fortalecer la promoción del turismo y cada uno de los que estamos aquí. Creo que cada uno de los que estamos aquí tenemos aportaciones valiosas, porque tenemos un mismo fin, que es que a Puerto Vallarta le vaya bien, ¿verdad?, y si a Vallarta le va bien, nos va bien a todos. Y en la finalidad de estar aquí reunidos cada uno de los presentes, gracias por sus aportaciones, directora, son muy enriquecedoras.

Me quedo con esas cuatro satisfacciones que comentó al final, creo que es de suma importancia y sobre todo también que ustedes nos ayuden a comunicar todo lo que se viene haciendo por parte de las dependencias, ¿verdad?, que los primeros promotores seamos nosotros mismos y bajarlo con toda la gente que tenemos a nuestro alrededor y a través de nuestras redes sociales.

7. INFORME POR PARTE DEL SECTOR EMPRESARIAL DEL PERIODO VACACIONAL DE SEMANA SANTA PASCUA.-----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Ok, y pues bueno, como punto número 7, que es el informe por parte del sector empresarial del periodo vacacional Semana Santa y de Pascua, ¿alguien le gustaría hacer alguna aportación? Favor de levantar la mano y los voy a ir anotando. ¿Con quién comenzamos? ¿Alguien más? ¿También tú, Carlo Iván? ¿Alguien más que quiera aportar? ¿Y después de Javier, alguien más? Muy bien, comenzamos. Adelante, Francisco.

Francisco Gabriel Vizcaino Rendón, Presidente del Consejo Directivo de COPARMEX, Invitado.- Gracias, Marcia. Gracias por generar el espacio, ya habíamos platicado previamente de que es importante reunirnos para poder compartir números, cifras, gracias por la información que nos proporcionaron.

Sí fue una temporada un poco diferente a la que estamos acostumbrados aquí en Puerto Vallarta, hubo voces que nos llamaron y tuvimos a hacer un sondeo con amigos, con colegas del centro, de la Zona Romántica y ya son los números que presentamos, que si hacemos un promedio general quedamos básicamente en el 75-80 por ciento, pero también hay que considerar que hay que hacer una reestructuración, las propuestas están muy buenas y traemos también propuestas muy parecidas, lo que estamos aquí promoviendo es trabajar en conjunto, que nos permitan apoyarlos como centros empresariales a sumar los proyectos, establecer los objetivos y a su vez el plan de acción para poder ejecutar. El presidente municipal, Luis, fue muy enfático en campaña y en el plan de protesta y en algunos otros eventos, de que hay que no rescatar sino reestructurar el tema de la estacionalidad y dejar de tener esa temporada baja, en la que muchos hoteleros, micro y pequeño, están dispuestos a trabajar y colaborar en estrategias, en ideas, cuesta mucho trabajo el cambio de pensamiento en el hotelero tradicional, le cuesta





trabajo participar en ese tipo de reuniones, sin embargo, está la voluntad de querer mejorar, ya se dieron cuenta que la estación si nos beneficia bastante, los números están perfectísimos, la parte del canadiense y estadounidense que nos visita desde octubre a marzo, si estuvo, mejoró bastante y lo hemos dialogado con la prensa durante los últimos meses, sin embargo, si fue una caída algo relativa y también en percepción y en el consumismo local, que lo pudimos ver en el andar, en el caminar, con los amigos, con los vecinos, cómo estaban sus restaurantes solos, caminadas por cuales y no estaba ese tumulto de personas en el malecón, como estamos acostumbrados. Entonces, si hemos sido críticos, lo acepto, pero no se puede hacer una crítica hablar por hablar, cuando mi persona, cuando COPARMEX lo haga, lo vamos a hacer con propuestas y lo que queremos es presentar propuestas y trabajar en conjunto.

No está nada disparado de lo que acabas de proponer, hay propuestas ciudadanas, tuvimos la oportunidad de trabajar en un proyecto de mercados que es muy bueno, muy viable, nos falta obviamente darte una propuesta económica, pero la tenemos desarrollada con encuesta, participamos junto con chavos de CONALEP en encuestar los mercados, es una oportunidad que podemos rescatar para que también ellos puedan gozar de la diversidad turística. Si están los eventos de los walking, los tours que cobran, pero hay que rescatar esa parte de nosotros. No ponemos en tela de juicio la promoción, cómo se está manejando, sin embargo proponemos rescatar o crear oficinas de enlaces en ciudades del Bajío y ciudades importantes del norte y sur del país, generar esos hermanamientos locales a nivel nacional principalmente, atraer nuevamente a ese sector como León, como Aguascalientes, como Querétaro, que son mercados leales a Puerto Vallarta, sin embargo en el preguntar a los clientes, a los mismos hoteleros, cuáles son algunas de las causas, yo sé que va a ser muy arriesgado lo que voy a decir, pero el turista percibe a Puerto Vallarta caro y yo siempre como hotelero les comento al turista, dejen la oportunidad de probar la gastronomía de Puerto Vallarta, porque realmente es más cara una ciudad de México, Querétaro y Guadalajara que Puerto Vallarta, pero soy uno solo con una limitación de 88 turistas en mi hotel, si todos en unidad hacemos una promoción en conjunto hay que cambiar esa percepción de Puerto Vallarta, tan solo recordemos cómo estaban los medios de comunicación al cierre del año, a inicio de enero, Puerto Vallarta el destino más caro, Puerto Vallarta las rentas vacacionales y ese tipo de percepción es la que tiene el turista y tenemos que trabajar en conjunto en una estrategia para mitigar ese impacto que tiene. De COPARMEX tenemos la apertura para trabajar en conjunto, hay profesionales que se están sumando, que conocen la causa, que conocen al turista, estamos profesionales que vivimos del turismo y que comprendemos sus necesidades y aparte existen nuevas tendencias que debemos de adoptar, el turismo sostenible es más exigente cada vez más, nos pide cambiar radicalmente nuestra forma de pensar, nuestra forma de ofrecer nuestros servicios. A mí me pasa, yo me jacto de 15 años en hotelería, aquí en Puerto Vallarta y desde mi nacimiento viviendo en hoteles, Marta, yo creo que a tu mismo caso somos hijos de hoteles y nacidos en hoteles y nos ha tocado ver cómo ha evolucionado y cómo nos exige ahora el nuevo mercado, qué estás haciendo tú como hotelero para cambiar la comunidad, para cambiar el medio ambiente y son prácticas que debemos adoptar y considero que en conjunto podemos armar una estrategia de sostenibilidad. Tenemos un asociado en Cozumel, están trabajando con un proyecto de hoteles sostenibles, han dado resultados y han tenido beneficios, entonces podemos tener proyectos a Puerto Vallarta que en la primera instancia no nos van a costar, pero si nos van a generar bastante beneficio y de antemano gracias por el espacio y estamos para colaborar y para sumar por Puerto Vallarta.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias por sus aportaciones, son muy valiosas y también aportan mucho. Ahora me gustaría que le diéramos el uso de la voz a Martha Parra por parte de CANIRAC, adelante.

Marta Leticia Parra Vargas, Presidenta de CANIRAC, Delegación Puerto Vallarta, Invitada.- Buenas tardes, pues gracias por la invitación y pues estoy honrada de estar aquí con tantas personalidades importantes y sobre todo pues lo que decía Francisco, sumarnos, trabajar en equipo, creo que tú lo dijiste muy ciertamente, si le va bien a Vallarta nos va bien a todos y ese es el objetivo.



**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

Yo quisiera aportar un poquito, nosotros en CANIRAC, igual como dijo Francisco, hicimos encuestas para ver cómo estábamos, la prensa nos estaba pidiendo información, no teníamos encuestas, no queríamos hablar, pues así como sacar la información de la manga, sacamos, si no fue la temporada que esperábamos, creo y me sumo en lo que dijo la licenciada Alejandra Cornejo, si comparamos un 2024, pero también un 2024 fue muy diferente al 2025, hablando como restaurante, pues nosotros, no quiero dar una clase aquí, pero hace un ratito Ale explicaba el porcentaje de turismo que nos llega nacional y el internacional y el internacional es una temporada y era aproximadamente un 30% como para cerrar este número, 30-35 y un 65% nacional, entonces si nuestro mercado nacional es mayor, la economía está complicada ahorita, estamos viviendo una situación que pues inédita, así como fue la pandemia, entonces y la temporada ahora Santa y Pascua, fue la última, perdón, creo que fue la segunda y tercera semana o la tercera y la cuarta semana de abril y se juntó con el puente de verano, el puente de primero de mayo al 5 de mayo y luego está el Día de las Madres, para nosotros como restauranteros, bueno CANIRAC, voy a hablar como CANIRAC, pues obviamente si nos pega, la gente paga un hospedaje que a lo mejor en hospedaje no es tanto, pero ya lo tienes, pero el salir a consumir, si es un extra y a veces dicen, pues cocino si tiene, si es una suite o tiene cocineta o salgo menos, entonces en el caso de nosotros sí, si nos bajó, si nos pegó, creo que algo importante es evaluar, para mí como Cámara me quedó muy claro, evaluar el calendario, evaluar las fechas, si se están juntando como este tipo de las vacaciones junto con un puente y con un 10 de mayo, que es la fecha más importante para nosotros, porque todo mundo sale a consumir, pues evaluar y ver de qué manera podemos trabajar como Cámara y también promover, yo creo que evaluar para mí sería como una de las propuestas, evaluar, ver de qué manera podemos también contribuir, ahorita está el Festival Azteca del Maestro Tony, del Ballet Azteca y es un encuentro internacional, que creo que este tipo de eventos viene a posicionar a Vallarta también a nivel cultural, entonces creo que hacer eventos culturales, la capacitación definitivamente, no soltarnos, las experiencias, el turista que viene y vive una experiencia, una buena experiencia, regresa y nos recomienda y fortalecer definitivamente Estados Unidos, Canadá y por supuesto México, tenemos muy buenos destinos, Guadalajara está aquí cerca y el poder adquisitivo de muchas ciudades de la República, es el que nosotros necesitamos también, es el mercado al que le debemos de apostar. Bueno, es mi aportación, pues muchas gracias y entrego el micrófono.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias, definitivamente yo creo que siempre hay que evolucionar, verdad, y creo que parte de esta evolución es saber en qué nos vamos a enfocar y qué mejor que lo hagamos en conjunto, verdad, coincido completamente que a lo mejor por todas las cosas que están habiendo internacionalmente, podemos enfocarnos en el sector nacional, verdad. Muchas gracias. Adelante, Carlo Iván, por parte de CANACO.

Carlo Iván Pérez Gómez, Director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, Invitado.- Buenos días, tardes. Gracias, gracias regidora por la invitación, a todos los regidores muchísimas gracias y a todos los representantes de todos los sectores, de verdad que, como lo dijo la presidenta de CANIRAC, es un honor y un placer poder contribuir. Lo que vamos a comentar, tratamos de proponer y de crear porque, pues aquí nacimos, somos vallartenses y de cualquier forma nos interesa mucho que esto prospere. No creo que fue, no fue la mejor temporada de Semana Santa. El que llegue buen turismo al aeropuerto y a la terminal marítima, pues no significa que se hospeden aquí, inclusive la mayoría brincó para Bahía de Banderas. Es importantísimo arrojar los números, porque bien dijo la Presidenta, si analizamos una estrategia de dónde estamos pisados, nos va a permitir generar una estrategia mucho mejor. Los números que arroja tanto la Gerencia como la Directora de Turismo son maravillosos, nos dan la certeza de que no estamos tan perdidos, pero los datos dentro de la Consejería que tengo a nivel nacional en CONCANACO me dicen que el 47% del turismo nacional viene para Bahía de Banderas y Puerto Vallarta. Esto nos toma el compromiso de poder optimizar muchas cosas. Yo voy a darles algunas propuestas regidoras, si los toman a bien, ya estamos tomando iniciativa por parte de las cámaras a nivel nacional, a nivel estado y a nivel regional, y ojalá empaten con el gobierno. Aquí lo importante es que tal vez estamos en la visión de poder unir esfuerzos, quitando protagonismos



para que el barco se pueda enderezar, no le dejemos toda la carga a Vallarta sólo por su hermoso, paradisíaco puerto, sus playas, su clima. Yo creo que tenemos que tener el nivel de gobierno y el nivel de representantes que la ciudad demanda para poder enderezar el barco, sí, sí es preocupante, sí, regidora. Yo creo que sí es importante, ¿por qué?, porque esto fue la primera alerta que tenemos de lo que se puede venir si no mejoramos, ¿por qué?, porque el vecino municipio está haciendo bien las cosas y hay que arrojarnos entre los dos municipios, y es importante que esto no ofenda susceptibilidades y simplemente sea un llamado que hagamos para poder hacer de esto algo mejor. Nosotros sentimos, y lo digo, hablen con quien tengan que hablar, pero no fue la misma activación económica de las empresas que se hacía anteriormente en Semana Santa, hay un hostigamiento vial a los turistas, se tienen que evaluar todas esas formas para que pueda Vallarta tener otro enfoque como lo tenía antes, ahorita hacer un evento en Vallarta le cuesta y en Bahía de Banderas le aportan el gobierno, la visión es diferente, esto va a permitir que todos estén migrando hacia aquel lado, me doy cuenta, estoy en la Cámara de Comercio de Bahía, acabo de hacer un evento de motocross, no nos costó, el gobierno lo pagó, voy a hacer el Congreso de Impulso al Fortalecimiento al Comercio en Pequeño, que debiera de hacerlo aquí en Vallarta, porque en Nayarit no hay CANACOPE, y va a costar un millón 500 mil pesos y ya lo pagó el ayuntamiento. Entonces, esa visión diferente nos permite que todos los empresarios a nivel nacional van a correr para otros rumbos, el turismo sí llegó, el turismo no salió, hay que dárselo una evaluación al todo incluido, qué tanto beneficio tiene, nosotros lejos de evaluar nos fuimos a ver qué pasaba dentro de un todo incluido y la verdad que te dan todo, no te dan ganas de salir, aunado que la ciudad es carita, pues eso permite que tenemos que utilizar una estrategia diferente que permita que haya una derrama económica para todo el municipio y tratar de blindar a los prestadores de servicios turísticos para que innoven, la única empresa que sigue teniendo la punta es Vallarta Adventure, de ahí en más los demás prestadores de servicios tienen que innovar, los mismos turismos de los 90, los prestadores de servicios son los mismos de ahora, lo sigo insistiendo, ojalá y no se me vaya a molestar nadie.

Esto representa que tiene que haber apoyo e inversión para tener mayor calidad y mejores ofertas turísticas que no permita que a los que ya nos visitaron vuelvan a pasearse en el mismo tour. Bueno, voy a decir, esos son los puntos negativos en los que tendríamos que trabajar en coordinación. Propuestas turísticas, me voy a poner mi lentito, regidora, a ver, nosotros ya estamos haciendo la creación del Famtrip turístico entre cámaras de comercio, esto tiene que potencializar y la idea es que se fortalezca Vallarta, le llamamos turismo entre cámaras y es una iniciativa de CANACOPE Puerto Vallarta, ya se promovió a nivel nacional con CONCANACO, aprovecho que está mi vicepresidente nacional de CONCANACO aquí, nos va a hablar ahorita de la Gran Escapada, director, para eso lo trajimos, pero ya estamos, esto nos va a poder potencializar porque vamos a hacer los hermanamientos o los intercambios en materia camaral y empresarial, que es importante para que si ahorita mandamos un mensaje como destino turístico, yo creo que ahorita el mundo global turístico nos pide otro tipo de ofertas y si tenemos la montaña y tenemos a tres Pueblos Mágicos, tenemos a Costa Alegre, tenemos a Compostela, a Sayulita, tenemos que mandar un mensaje global de todo lo que entona el destino de playa y los pueblos mágicos, así daremos una oferta diferente, porque si el promedio de día son tres, pues lo podemos alargar a cinco, a seis días el promedio de personas, ahí teníamos que basar la estrategia, los números que nos están arrojando para poder hacer de esto algo más divertido, hay que darle las condiciones, porque los pueblos mágicos no son destinos finales, son destinos de un día, pero hay que arrojarlos, por eso estamos creando, regidora, el primer foro regional de turismo global, que se va a hacer aquí en Puerto Vallarta donde vamos a convocar a Compostela, Bahía de Banderas, Talpa, Mascota, San Sebastián, Costa Alegre, de toda esa región para hacer la primera estrategia en equipo y ojalá participen los gobiernos para que esto se convierta en un método enriquecedor, donde tenemos el único fin de mandar un modelo internacional de toda una zona geográfica, el turismo regional y eso nos va a permitir, pues tenemos el aeropuerto, tenemos la terminal marítima, pues tener el sartén por el mango, pues si ya tenemos las condiciones, hay que arrojarlos para que no se sientan excluidos de este proyecto turístico.

Otro punto importante, este proyecto pues es a nivel nacional, ya me reuní con el Senado, traemos la intención de crear un recorrido turístico entre Mazatlán y Acapulco, donde fortalezca a Bahía de Banderas y Puerto Vallarta, lo digo



abiertamente, aunque suene una locura, un tren turístico, estamos promoviendo un tren desde Mazatlán hasta Acapulco y tiene que hacer, no es un tren de transportación, es un tren turístico, como un recorrido turístico, ya me entrevisté con la alcaldesa, ya hemos estado evaluando, yo creo que estas propuestas, aunque al principio las tomaron como locura, ya las van arrojando y aquí depende de las gestiones que hagamos y del intercambio de ideas, la visión ya está dada, esto tal vez no se dé en mí, sea en las siguientes generaciones, pero esta propuesta se va a cumplir, se va a crear un tren turístico que hermane a toda esta costa del Pacífico, tenemos la montaña, ya lo visualizamos, inclusive ya lo recorrimos, el proyecto está sustentable y ojalá me permita, regidora, presentarle el proyecto por escrito, que ya lo presentamos al Senado y esto se viene en plan grande y lo mismo, haremos la primera mesa de trabajo con los alcaldes, con los gobiernos del estado y con las cámaras de comercio, aprovechando que bueno, ahorita el presidente nacional de CONCANACO, Octavio de la Torre, que le mando un saludo, me acaba de nombrar vicepresidente nacional para la coordinación de Nayarit, esto me va a permitir, regidora, de cualquier manera poder vincular a Puerto Vallarta. Me siento comprometido y gracias por la invitación, traigo más propuestas, si no les incomoda, tenemos un viaje de intercambio a China, esto lo haremos, está invitado Vicente y todos, haremos un viaje de intercambio a China, hay cinco ciudades que ya a través de CONCANACO pudimos correlacionar y están muy interesados en Vallarta y en Bahía de Banderas, ellos quieren hacer propuestas, no solamente intercambios comerciales, no vamos por eso, vamos intercambios turísticos. Otro punto muy importante, ya hice convenio de colaboración con la DERSE, con el gobierno del estado, para que a través de las cámaras de comercio podamos capacitar a los niños en materia turística, regidora, hay que enseñarles lo que es ser un anfitrión, hay que enseñarles el valor del cuidado al turista, la calidad al servicio, no podemos solamente capacitar en la fuente laboral, vámonos por los niños y si ya hice convenio de colaboración sin costo la cámara a través de los aliados empresariales, vamos a incitar a la niñez a que aprendan a promover ese tipo de turismo.

Y por último, pues bueno, decirles que es importante que Vallarta se segmente también sin afectar a otra segmentación, como un turismo familiar, regidora, siga insistiendo, vean el fruto, si el fruto no es bueno hay que cambiar la estrategia, es importante que evalúen a dónde se está etiquetando los presupuestos, a qué segmentación se sigue etiquetando y revalorar si vale la pena solamente segmentarlo a una sola zona o lo abrimos. Apostarle regidor al turismo familiar nos permite que las siguientes generaciones nos sigan visitando, ese es un proyecto turístico inteligente que lo están desarrollando pueblos mágicos y todo y no puede ser posible que tengamos la oportunidad de tener estas condiciones y no arrojemos a la familia, no hubo eventos para familia, no hay nada de actividades que fortalezca la familia en Puerto Vallarta y eso tenemos que arrojarlo, no estamos en contra de nadie, pero hago un llamado a todos y les digo, hey, la familia es la mejor generadora de ingresos y hay que arrojarla con eventos que tengan que ver con la segmentación de ellos, esa es mi participación, tengo más, pero ya con eso, perdón vicepresidente, gracias, bienvenido, ¿me permiten para que hable de la gran escapada nacional?

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, anotamos una lista con el orden y ya está anotado él y ahorita seguiría después de, perdón, sigue Vicente Aguilar, adelante y las aportaciones, me quedo con el tema de las capacitaciones que es muy fundamental, que creo que ya viene también en su plan de trabajo, ¿verdad directora? esa parte de las capacitaciones y el turismo familiar, pues creo que también se viene manejando como tal en ello y claro que sí, pues una familia mínimo son cinco personas, pero creo que ya todo eso también se está abordando, ¿verdad? Ok, continuamos con Vicente Aguilar de Puerto Mágico, adelante.

Vicente Aguilar Sosa, Presidente de Puerto Mágico, Invitado.- Muchas gracias, buenas tardes a todos, un gusto compartir con ustedes este momento y bueno lo que he estado escuchando el común denominador es el trabajo en equipo y la unidad y creo que debe ser nuestra prioridad eso, trabajar en equipo, ver a futuro, también escuchaba a Martha que conoce a Francisco desde pequeños, me pasa lo mismo con el regidor Arnulfo, que nos conocemos de hace ya varios kilos, ¿verdad



amigo? hace varios kilos, entonces ¿qué es lo que sucede? sucede de que tenemos que construir algo a largo plazo con una visión firme, pensando en que mañana pasado, digo yo honestamente nunca me imaginé que el día de hoy iba a estar compartiendo una mesa de trabajo de esta índole de turismo con mi amigo Arnulfo y fue hace 40 años que nos conocemos y llegamos a este lugar juntos, ¿qué quiero decirte con esto? que mañana pasado nuestros hijos van a estar compartiendo estas mesas de trabajo, dejemos algo sólido, algo que nos permita construir un futuro bonito para nuestros hijos, que tengan un futuro mejor, claro no dejarles todo ya resuelto, pero esta parte dentro de la evolución misma que está dando el turismo, mañana pasado va a haber otros retos que enfrentar y esos retos ellos van a aprender cómo enfrentarlos, para esto otro punto muy importante que han estado comentando es el tema de la capacitación, la capacitación va a estar, es constante, no podemos cruzarnos de brazos y decir ya sabemos todo, porque cuando hacemos eso el contrincante se nos adelanta, ¿y qué pasa con esto? miren hay algo muy sencillito justamente que tiene que ver con la estadía del turista en Puerto Vallarta, donde a veces en los diferentes sectores no capacitamos a nuestro personal de la forma adecuada y etiquetamos en una plática con nuestro colaborador, etiquetamos con que debemos de atender mejor o no tan bien algún sector, es decir, si es del crucero atiéndelo muy bien porque esos cuates gastan 80 dólares en promedio, ese cuate ponle la alfombra roja y que el cuate es una estrella, pero si viene alguien que llegó en un taxi de los amarillos y viene con familia, ese hazlo a un ladito porque ese no consume casi y va a gastar muy poco, o si es de tiempo compartido menos, o si es de todo incluido peor todavía porque ese cuate a la una y media se va a comer a su hotel, entonces ¿qué es lo que hacemos? Que empezamos a etiquetar y ponemos a nuestro colaborador en una visión diferente a la que debe ser, una visión de construir, de hacer que la experiencia de este turista sea mejor y que así a su vez este turista regresara a su país con sus amigos, con sus familiares, aquí podemos decir muchísimas cosas, pero la realidad es que la mejor publicidad que existe es la que van a hacer ellos cuando regresan a su lugar de origen. Entonces, yo los quiero invitar, una, no es a una fiesta, es a la capacitación, dos, a dar esa capacitación de una forma apropiada, sin hacer distinguos del turista de que se trate, trátalos a todos de la misma manera, siempre buscando superar las expectativas, y otra cosa más, el turismo nacional, que sufre muchísimo este tipo de etiquetas, llega el turismo nacional a un restaurante y no lo tratamos de la misma manera como el turismo extranjero, entonces si estamos viendo la estadística de turismo nacional, es una estadística bastante alta y nos debe llamar la atención eso porque estamos quizás sacudiendo el nidito que nos está ayudando para establecer esto y llevar una economía a nuestras casas. Creo que con eso será mi participación, les agradezco mucho la invitación, Regidora, gracias, gracias, saludos a los regidores, regidoras, gracias, buen día a todos.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias por su aportación y continuamos con Javier Zepeda de CONCANACO, adelante por favor.

Javier Zepeda Orozco, Vicepresidente Nacional de CONCANACO, Invitado.- Regidores y a todos los asistentes, muchísimo gusto de estar aquí con ustedes. La pregunta que quisiera hacerles más allá a los que forman parte del gobierno, es para todos los demás, los del gobierno no se vale, ¿qué es la gran escapada?, ¿alguien sabe?, ¿cuántos?, levante la mano los que fuera de gobierno sepan lo que es la gran escapada. Y los de gobierno, levante la mano los que sí sepan lo que es la gran escapada. No sé si se dieron cuenta que un promedio solamente de cinco personas, creo que de 50 que estamos aquí, conoce lo que es la gran escapada. Quiero ahondar un poco sobre este tema porque es algo que a todos nos conviene. Hay que, y perdón que en ocasiones a mí me encantó la emoción y la pasión con la que Carlo Iván expresa sus ideas y sobre esa misma emoción y pasión creo que todos deberíamos de compartir la forma en cómo ejecutamos. Las buenas ideas hay que compartirlas y no se trata de copiar o de replicar, sino si hay algo que está funcionando bien pues porque no lo podemos adoptar y adaptar a nuestras necesidades. En enero de este año, como cada año, se celebra la Feria Internacional de Turismo en España, en Madrid, de hecho es el evento más importante en todo el año de Madrid, en todo el año. Y es la Feria Internacional de Turismo que marca la pauta de hacia dónde y cómo se va a comercializar las ofertas turísticas en el



**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

mundo. Y ahí estuvo presente tanto nuestro gobernador, Pablo Lemus, estuvo Luis Munguía, Vicente, Marcia, varios estuvimos presentes allá en Madrid, en España. Y nace esta idea de la gran escapada, de una gran idea que se está ejecutando en otro lugar. Y esta idea, por parte de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, y me voy a permitir presentar un poco qué es la confederación. La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo es el organismo más antiguo y que representa legítimamente los intereses del sector terciario, los comerciantes, los prestadores de servicio y los turisteros. Cualquiera que esté en ese rubro son representados por la confederación y está a su vez por las diferentes cámaras de comercio distribuidas en todo el país. Y en promedio son 5.2 millones de unidades económicas las que se representan legítimamente y de consulta obligada. ¿Qué quiere decir esto? Que cualquier modificación que tanto un gobierno municipal, estatal o federal quiera integrar cambios regulatorios, primero tiene que pasar por consulta a la confederación si es que atenta contra los intereses directa o indirectamente del sector que representamos. Dicho esto, La Gran Escapada nace como una iniciativa de la confederación que se trabaja con la Secretaría de Turismo Federal y se trabaja con la Secretaría de Turismo, Josefina Rodríguez, en donde hace unos días se da a conocer de manera oficial a nivel nacional lo que es La Gran Escapada. Y La Gran Escapada no es otra cosa más que la contraparte del buen fin. Lo que celebramos cada año, el fin de semana más barato del año, en donde las empresas y las marcas dan sus descuentos, sus promociones, a través de que se inscribe para poder tener el derecho de utilizar la marca del buen fin y poder ofertar sus productos y servicios a través de las diferentes cadenas de autoservicio, departamentales, etcétera, etcétera. Esto es La Gran Escapada pero para el sector turismo. En términos generales, el fin de semana más barato para comprar paquetes vacacionales y servicios turísticos. Del 30 de mayo al 1 de junio. O sea, estamos a unos días. 30, 31 de mayo y 1 de junio la gente puede acceder a beneficios y descuentos exclusivos que van a ofertar la gran mayoría de las diferentes marcas de hoteles, prestado de servicio, paquetes vacacionales, etcétera, etcétera. No es indispensable que la gente vacacione en esos tres días. Lo que se les pide es que durante esos tres días compren y aprovechen el beneficio del descuento o de los beneficios que les van a entregar, para que puedan vacacionar en otro momento. ¿Qué quiere decir esto? Por lógica, que tenemos una inmejorable oportunidad para entre todos, aquí en Vallarta, hacer bola, hacer ruido, lanzar la promoción, difundir todas las ofertas y que la gente sepa que del 30 de mayo al 1 de junio puede comprar un paquete vacacional, puede reservar, puede adquirir un paquete turístico y poderlo utilizar en algún otro momento. Es la primera edición y es nuestra responsabilidad si estamos buscando el cómo generar mayores beneficios y mayor atracción turística y mayores turistas a la región de Vallarta, pues la primera responsabilidad que tenemos es salir de la caja y conocer un poco lo que está sucediendo allá afuera. Y si nos dedicamos al sector turismo, pues entonces mi lógica me diría que por lo menos tengo que estar monitoreando lo que desde la Secretaría Federal, en este caso la Secretaría de Turismo, está difundiendo, promocionando, promoviendo para ver cómo me cuelgo de esos beneficios. Y esto no es algo que lo diga Javier Zepeda, ni Carlo Iván, ni los regidores, es algo que está ahí como beneficio para todos ustedes, entonces, quizás la mejor recomendación que yo podría hacer es que saliendo de esta sesión, muy bien hecha, ya entre todos se pusieran de acuerdo para ver cómo van a promover de manera masiva, porque estamos a 7 de mayo, faltan 27 días para que empiece el mejor fin de semana o el más barato, a nivel de la posibilidad de las compras de los paquetes turísticos, vacaciones, etcétera. Esto es parte, considero, dentro de las estrategias que se podrían impulsar. En muchas ocasiones todas las ideas que están generando están padrisimas, de hecho, se los digo, hace algunos años a los que somos de Guadalajara, nos costaba en promedio cuatro, cinco o hasta seis horas, dependiendo si no se nos atravesaba un tráiler, en las curvas de la carretera libre, nos costaba ese tiempo poder llegar a Vallarta. Hoy a mí solamente me toca invertirle dos horas, dos horas, 20 minutos para llegar de Guadalajara a Vallarta. O sea, creo que ahí tenemos un mecanismo fundamental de lo que podemos hacer. La generación de ideas que están mencionando están padrisimas y requieren no solamente el análisis, la estrategia y la ejecución adecuada para generar resultados a corto, mediano o largo plazo, como lo quieran ver, pero algo más corto que en este momento no tienen es el 30 de mayo. Entonces, mi propuesta es que podamos aprovechar lo que la Secretaría de Turismo, lo que la Confederación de Cámaras de Comercio a nivel nacional, están impulsando para



beneficio, particularmente hablando de uno de los destinos turísticos más importantes de todo este país. Se los digo viéndolo desde fuera y es la aportación, es corto. Exactamente, entonces, ya nada más como comercial, lagranescapada.com.mx, registrense, es gratuito, pongan sus ofertas, sus descuentos, sus promociones y den a conocer, difundan. Yo considero que una estrategia interesante sería que se pongan de acuerdo cómo van a promover, difundir a través de medios de comunicación, redes sociales, prensa, para que esto se difunda no solamente en Vallarta, sino en todo el occidente, Bajío y hasta donde quieran llegar, la Directa de Turismo. Gracias, Regidora.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias. Me quedo con esto de la escapada, así que nos tenemos que ir a escaparnos un ratito, ¿verdad? y a disfrutar de esto. Como el siguiente para aportarnos, Lupita Bayardi del Consejo Coordinador. Adelante, por favor.

Guadalupe Bayardi González, Presidenta del Consejo Coordinador de Vallarta y Bahía de Banderas, Invitada.- Gracias Regidora por la invitación. Antes que nada, felicidades a todos los regidores que integran la comisión, porque es muy importante que estén presentes en la misma. Gracias a la Directora de Turismo por su presentación y por el trabajo que ha hecho, al representante de ASIPONA, que también nos trajo toda la información, y obviamente también al licenciado Villaseñor del Fideicomiso. Creo que lo más importante en estos momentos es que trabajemos en conjunto y que trabajemos fuerte. El turismo es de las industrias más sensibles en el mundo y no se nos tiene que olvidar que desde hace siete años que el CPTM desapareció, hemos tenido que hacer mucho más con muchísimo menos. Tenemos un presupuesto en el que ya no está trabajando el presupuesto federal. A partir de ahí, nuestra forma de trabajar tiene que ser diferente. Se están suscitando muchos hechos alrededor del mundo, no nada más de México, de Estados Unidos, de Canadá, de Europa, etcétera, que le pegan al turismo. La industria es muy sensible y, desgraciadamente, nuestro país tiene un problema de inseguridad que no lo tiene Puerto Vallarta y que es algo que nosotros tenemos que aprovechar mucho en nuestra difusión, en nuestra promoción, etcétera, pero que muchas veces la gente escucha México y le da lo mismo si es Puerto Vallarta, Cancún o lo que sea. Tenemos que trabajar mucho en ese aspecto. Creo que tenemos que trabajar en conjunto en verdaderas mesas de trabajo, en lluvias de ideas, en cómo vamos a aterrizar, en qué vamos a hacer. Ya no tiene caso que sigamos hablando de la temporalidad porque creo que aquí todos la sufrimos, la vemos y la sabemos. Entonces, es cómo la vamos a tomar y qué podemos hacer lo más rápido posible. Yo difiero de Bahía de Banderas. Yo tengo un negocio en Bahía de Banderas y me bajó mucho en la temporada alta y en Semana Santa y en Semana de Pascua. Tenemos aquí otras dos personas de Bahía de Banderas que podrán confirmar lo que estoy diciendo. Creo que el tema no es que llegó mucha gente y se fueron para Bahía de Banderas. Yo creo que hay que hacer un análisis, que esto tendría que hacer un análisis a nivel nacional, que desde CANIRAC Nacional lo traemos hace muchos años, que es el All Inclusive. Es cómo le pega el All Inclusive a los destinos y no solamente está el tema en México, está en todo el mundo y en España, que fue donde empezó, ya lo están quitando, al revés que nosotros. Entonces, creo que ese es un tema que se tiene que analizar porque le pega a todos los prestadores de servicios turísticos, obviamente restaurantes, pero al mismo destino, al destino en sí, porque de repente ya al turista no le importa el pueblo al que está llegando ni lo alrededor, es solamente el precio y no salen a conocer, pues porque ahí tienen todo incluido, entonces muy poco salen a conocer. Este tendría que ser un tema de análisis profundo, de universidades, de la misma Secretaría de Turismo Estatal, pero también desde la Secretaría Federal. Creo que aquí lo bueno es que estamos presentes muchos que queremos trabajar por Puerto Vallarta, creo que tenemos que hacerlo, debemos de empezar a hacer, sí, muchas mesas de trabajo, aparte de las de informes, qué vamos a hacer, cómo podemos mejorar, de qué forma podemos participar todos para poder hacer que Puerto Vallarta, que es realmente lo que nos hace estar coincidentes en esta mesa, vaya mejorando y al decir Puerto Vallarta también me puedo referir a toda la bahía, si le va bien a Bahía de Banderas también le va bien a Vallarta, no se nos tiene que olvidar que si estamos hablando de una metropolización, pues tienen que empezar también por nosotros y no estamos peleados, lejos de eso tenemos que trabajar en





conjunto y en complemento, tendríamos que hacer estas mesas de trabajo también de repente con el Consejo de Turismo Municipal de Bahía de Banderas y ver de qué forma podemos ayudar para con todo este problema global y toda esta problemática y el problema que viene ahorita que se está dando con Estados Unidos, bueno, cómo si vamos con los canadienses, cómo si buscamos que el mercado canadiense, que por muchos años decíamos que era inferior, tiene unos años que ha estado empezando a cambiar, que están empezando a consumir más, entonces, cómo si podemos ir con líneas aéreas canadienses, con agencias de viajes, etcétera, pero creo que todos los que están aquí saben mucho de eso, creo que mucho podemos aportar algunos, entonces creo que lo principal y lo primordial es que trabajemos en conjunto y que hagamos mesas de trabajo eficaces a la brevedad y con un plan de trabajo exacto. Podríamos invitar a la prensa, estábamos platicando el otro día en una reunión el regidor Arnulfo y yo con Miguel Ángel Ocaña y les decíamos un focus group con la prensa, que la prensa también que vive el día a día afuera, que vive con los turistas, con los locales, que ven porque en este momento todo lo que tenemos que hacer todos es aportar y trabajar unidos en pro de Puerto Vallarta y olvidarnos un poquito de los números, más bien cómo podemos mejorar todos los números, pero sobre todo cómo podemos mejorar la visión que se tiene de Puerto Vallarta y cómo podemos llevar esa visión al resto del mundo. Gracias.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, me credo con la estrategia en unidad y también valorar el tema del todo incluido. Continuamos con Luis Villaseñor de Fidecomiso, adelante.

Luis Antonio Villaseñor Nolasco, Director de Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, Invitado.- Gracias, hola qué gusto saludar a todos y pues justamente sentarnos creo que es un momento de oportunidad lo que hemos estado compartiendo, la situación que ocurrió en Semana Santa. Pero no olvidar que, como bien dicen, el turismo es una actividad muy sensible porque es de ocio, no es primaria, entonces, pues eso nos complica más y nos tiene que volver a ser más competitivos y creativos, ¿no? Entonces, y que es una situación global, ¿no? No es algo, lo que estamos hablando aquí, no es algo exclusivo de Puerto Vallarta y por ese lado quiero empezar lo que hemos estado diciendo, ¿no? El tema de unidad, ¿no? O sea, estamos hablando que, pues, para que vaya bien a Puerto Vallarta, pues, tenemos que trabajar todos, cámaras, asociaciones, gobierno y, claro, que hay mucho talento, a ver, tenemos aquí a nuestra directora de turismo es hotelera, es empresaria, Francisco es hotelero y está en una cámara que, a lo mejor, no es la más preponderante porque es una ciudad turística y que, pues, bueno, que a lo mejor todo el quehacer se habla más del tema hotelero, sin embargo, pues, la cadena de valor es importante, pues, para que lleguen precios competitivos y precios de calidad, que lleguen a tiempo de una manera segura, ¿no? Entonces, todos somos importante que hablar del tema de los restaurantes, ¿no? Entonces, hay una gran necesidad de unidad y, obviamente, el talento lo tenemos, o sea, hay empresarios en nuestro, en el área de regidores de diferentes ámbitos, podemos hablar de turismo médico, el tema emprendedurismo, tema de deporte, cultura, que también abona mucho a la experiencia del viajero, ¿no? Entonces, creo que fuera de dividir, debemos ser más empáticos con donde comemos, de Puerto Vallarta, creo que si Puerto Vallarta hablara y nos viera, creo que algunos de otros nos darían unas cuantas cachetadas, de algunos otros lo decepcionarían a Puerto Vallarta. Entonces, creo que hemos de hablar y recordar que nuestro común denominador es Puerto Vallarta y todos tenemos que jalar para Puerto Vallarta y su zona metropolitana, porque cuando viene un turista, él no sabe si llegó a un Cabo Corrientes, Puerto Vallarta o en Bahía de Bandera, él vino a Vallarta y lo que le ocurra, que si le molesta el olor en una ciudad, la basura en otro o que le paró el tránsito o que pararon a un grupo, ellos no van a decir, ay, me lo hicieron en Cabo Corrientes, en Yelapa, en Bucerías o en Sayulita, el va decir, fui a Vallarta y me pasó esto. Entonces, sí, como dijo aquí Lupita, tenemos que tener una visión de metropolitana, porque no hay un Puerto Vallarta próspero, si no hay un Bahía de Banderas próspero y viceversa, porque al final van a llegar al aeropuerto acá, a la central de autobuses, todas las actividades y muchos servicios de distribución, para atender las necesidades de la oferta de la franja turística, que es un corredor, salvo Bucerías, es un corredor turístico muy importante, usando fuertes inversiones por la disponibilidad de terrenos, también eso que no hemos de entrar, que es donde la playa más bonita, no es una bahía y cada quien, en base a sus





expectativas y su presupuesto, tomará la decisión de viaje, si yo me muevo por una cadena de lujo, va a quedar donde esté el hotel de lujo, si yo soy un hotel Marriott, si soy un hotel Hilton o si yo soy alguien que me gusta explorar un Airbnb o la hotelera del centro, entonces creo que es siempre importante cuando hagamos alguna, como portavoces, que debemos de ser objetivos y claros y conscientes del impacto que puede tener nuestra opinión, porque a veces nos gana la emoción o no tenemos una realidad, entonces yo los invito y yo estoy muy abierto, algunos de ustedes me hablan, oye Luis, platicamos, porque yo cuando no conozco algo, lo hablo, lo pregunto a alguien experto, porque si yo no soy, tema de crucero a la que fuimos para abordar justamente este tema del impuesto, que no quiero entrar mucho el tema, pero bueno, es importante que temas, porque a veces pues no medimos esta situación y queremos, por ejemplo, que si las tarifas más son caras allá o acá, debemos de entender el perfil de la hotelería, es todo incluido allá, si todos saben o se han quedado en un hotel, pues saben que por todo incluido te va a costar cuatro mil pesos por persona, si te quedas en un hotel EP del centro de Puerto Vallarta, te va a costar tres mil, cuatro mil pesos por dos personas, entonces hay muchos factores que afectan en la derrama económica, en la tarifa promedio, entonces tenemos que ser algo objetivos. Entonces, en ese sentido, ahora al compartirles estuvimos en Tianguis y ahora las mayoristas más importantes que trabajamos, nos decían que, y era algo que se venía anunciando el año pasado, ya venía un tema de queja del consumidor del que están subiendo las tarifas, subieron post pandemia, pero bueno, los primeros dos años vivimos un boom, donde todo mundo tenía dinero, todo el mundo quería salir y pues gastarlo, el año pasado ya empezaba a haber un sentir, porque a veces el consumidor, y por eso la importancia que nosotros tengamos claro, la actividad, porque en eso debe de basarse en nuestra opinión. Sabemos que el tema de, esto es de oferta y demanda, no tengo que hablar del tema de oferta y demanda, y pues a mí me hablaron hasta las mayoristas, oye Luis, cómo es posible que este hotel me esté cobrando esta tarifa, háblale para que le baje, digo oye, no estamos en Cuba, yo no le puedo hablar a él, si no lo pagas tú, lo va a pagar otro, entonces, sí lo que no hemos de ver como empresarios, es de que tenemos que ir mejorando la experiencia del viaje a nuestros visitantes, porque el primer comentario que dicen, oye antes pagaba por este hotel dos pesos, por decir, y ahora me cobra cuatro, pero es la misma alberca, las mismas hedredones, entonces son cosas que a veces el consumidor, si me hablan a mí Mirim Planners, para pedirme la tarifa, que por qué está tan cara, pues es un tema de oferta y demanda. Entonces, en ese sentido, nos hablaba mucho las mayoristas ahora en Tianguis de que, pues está esta percepción global, no nomás de Vallarta, mismo caso Cabo, Cancún, que los únicos destinos que les había ido bien ahora en Semana Santa, habían sido Mazatlán y si no me equivoco dijo Ixtapa, pero quiero creer que todos tenemos claro por qué, porque es un inventario de seis mil cuartos, nosotros tenemos que llenar aquí 26 mil, más las 15, 16 mil de Nayarit, más todo el Airbnb, nos están conscientes que son 7800 unidades, unidades que puede ser de 1, 2, 3 o 10 recámaras. Entonces, tenemos que tener claro que, a pesar de que ha sido incrementándose la oferta de cuartos en la zona metropolitana de Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Puerto Vallarta y Bahía, y además las plataformas, hemos logrado mantener tarifas, tarifas, perdón, ocupaciones sanas, tanto en Puerto Vallarta como en Bahía de Banderas. Entonces, creo que es algo de aplaudir el buen trabajo y esfuerzo que se ha hecho desde el sector. Entonces, nos decía que esos dos destinos, pero por obvias razones, Mazatlán se llena con Culiacán y Durango, Ixtapa se llena con Michoacán o los que llegan de esa zona, es un inventario muy reducido, se queda nada más en Ixtapa, creo que es la zona bonita, no el pueblo, porque es donde está la infraestructura. Entonces, bueno, pongamos los pies donde está Puerto Vallarta, pero decía, a ver, ojo, de los tres destinos más importantes al que mejor ha tenido desempeño es Puerto Vallarta, porque bueno, tenemos un Cabo que es netamente dependiente de Estados Unidos, porque sus tarifas sabemos que no es para cualquier mexicano, y bueno, Cancún y Riviera Maya, que lo que nos decía que sí debemos estar más ya trabajando y haciendo estrategia, porque ya están haciendo descansos de personal, ya están haciendo temas de días solidarios, porque recordemos que ellos son 110 mil cuartos de todo incluido que hay que llenar, que ellos venden volumen, Puerto Vallarta no vende volumen, si sabemos cuál es nuestro hotel más grande. Entonces, sí es importante que tengamos todos esos valores, cuáles nuestros competidores, no quisiera llamarlo porque, como dijo Lupita, para el mercado internacional yo quiero un lugar de sol y playa y tengo tanto dinero, ¿qué me





**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

alcanza? Y en base a eso toma la decisión, los atributos, cualidades del destino y las cadenas y cuál le puede ofrecer mejor valor. Entonces, ¿qué estamos escuchando de esto que ya se había hablado el año pasado y ahora con los cruceros hemos hablado de retomar un tema de la cuponera, esperamos que las cámaras se sumen, estamos buscando esto para una cuponera de valor, ¿por qué? Porque se está viendo una inflación, ustedes lo ven, no es la del 6, 7 por ciento que dice el gobierno, yo el queso que compro en Costco valía, bueno yo no me dijo alguien, oye Luis ¿cómo quiere? me costaba 100, ahora vale 140 pesos, no estamos hablando de una inflación de un dígito, estamos hablando de doble dígito, entonces esto lo está viviendo el consumidor y ustedes como empresarios, entonces tenemos que ver estrategias, cómo podemos darle valor al visitante y ojo, ese visitante, disculpen, a lo mejor ahí hay susceptibilidad, no son familias. Si nosotros tenemos claro cuál es el perfil del visitante del destino, el 80 por ciento de visitantes es de 55 años para arriba, que es lo que vemos en esta temporada de invierno, noviembre a abril, es un perfil norteamericano adulto que no trae hijos, ¿por qué? porque las familias sí son importantes, pero los periodos de pico de visita de familias en Puerto Vallarta, Los Cabos y Riviera Maya, si sabemos, son los picos de periodo vacacional, Semana Santa y verano. Las familias son sensibles al gasto, ¿por qué? los que tienen familia no van a dejar mentir, tenemos que pagar la colegiatura, la hipoteca, el crédito del carro, las deudas, la escuela, entonces no es posible poder destinar mucho gasto al esparcimiento. Entonces, ¿qué ocurre? la vacación no es sacrificable, pero dicen bueno, me queda un hotel de cinco estrellas, ahora me quedo uno de cuatro. Y un claro ejemplo, me habló un conocido local, oye Luis, es que llegó familia a mi casa y quiero llevarlos a un tour, y hasta cuando me dijo, oye, pues ya veo que sí es caro Vallarta, nos damos cuenta, no sé cuánto ustedes han cotizado últimamente, me dice, oye, coticé tres razers, 16 mil, 16, no, 18 mil pesos, seis mil pesos el razer, bueno no sé cuántos de aquí, pues bueno, imaginense si van con su familia y quieren tres razers para dos por cada uno y pagaste una tarifa hotelera, los que son hoteleros saben, pues, ¿cómo? o ¿cómo van a un restaurante? cuando pagas un todo incluido, seis mil, siete mil, ocho mil, niños gratis y me quiero ir a un restaurante a comer, cenar y me voy a gastar cuatro mil, la mitad de lo, entonces, ¿qué es lo importante de esto? pues, son las condiciones del mercado, no son solamente de Puerto Vallarta, tenemos que ser creativos y ¿qué podemos hacer? justamente esta cuponera de valor, o sea, que podemos y tenemos, ya hemos hablado con CANIRAC en algún momento, que es importante, pues, niños gratis, así como hay otro tipo de promociones, ¿qué le podemos ofrecer en semana santa y verano a esas familias para que no sólo se queden en su hotel, sino que también gasten en tours, en restaurantes, que experiencia cultural, que hace un muy buen trabajo el municipio con cultura, ofertar actividades en el malecón, que los payasos que se han vuelto hasta virales y que todo mundo viene y es algo que a nosotros como fideicomiso, cuando vienen visitantes, wow, son las diez de la noche y hay niños en el malecón, viendo once de la noche, yo sí, porque Puerto Vallarta es un destino seguro, es un destino donde familias o quien quiera salir, puedes ir a cualquiera de sus zonas, Marina, Fluvial, entonces creo que es momento de unidad, sentarnos, hablar, qué podemos hacer, estrategias materializables, realistas, de impacto inmediato, que se vea beneficiado todos, visitante y toda la cadena de valor y creo que es eso y estoy abierto, pues, que hagamos diálogo, pues, para que todo mundo se sumen.

Tema de, creo que también hay que tener claro, a veces no hay mucho, perdón que me extienda, pero este foro quiero, porque a veces no tenemos esos espacios de diálogo, pues, para conocer un poco de la dinámica del turismo para el destino y pues también las labores de promoción abiertas las puertas del fideicomiso, pero hablaban de eventos, Puerto Vallarta es algo que presumimos que tenemos 40 eventos fijos al año, no los tiene y no quiero, nuevamente no es buena división, pero no las tenemos aquí al lado, ni otros destinos, no, tenemos varios torneos de pesca que se han ido consolidando, de golf, ahorita tenemos el evento de, acaba de pasar Copa Vallarta, tuvimos maratón, viene Copbrands, que son 3.000 chicos porristas de México y Centroamérica y uno que otros Estados Unidos, tenemos, bueno, yo imagino que todo mundo los conoce, son muchos deportivos, gastronómicos, culturales, que nos ayudan a complementar esos cuartos que no se se llenan, entonces, está haciendo un buen trabajo en el tema de promoción aquí, es creo que el gran reto es cómo podemos traer más y sin duda alguna la infraestructura, no, tuvimos, ahorita vienen próximamente, ahora me dijo en Tianguis, las olimpiadas de los aeropuertos, trabajadores de aeropuertos vienen,



**PUERTO
VALLARTA**
GOBIERNO MUNICIPAL 2024-2027

**NUESTRO PUERTO
RENACE**

Independencia 123, Col. Centro, 48300 Puerto Vallarta, Jal.
01 (322) 223 25 00 Ext. 1276 | www.puertovallarta.gob.mx



entonces, hay muchas oportunidades que necesitamos trabajar juntos y bueno, lo hemos hecho con CANIRAC en el pasado, hemos hablado y aquí la importancia es cómo pueden aportar valor desde cada una de las cámaras, con el municipio un excelente trabajo, todos los grupos que vienen, aquí la dirección de turismo nos apoya a mejorar la experiencia, hay una mesita para recibirlos, dales un agua de tuba o ya el municipio nos da un mariachi, o sea, hay muchas cosas que hacen la diferencia y que debemos estar conscientes, eso no lo ofrece Cabos, eso no lo ofrece Riviera Maya, poder tener un evento social en nuestros espacios públicos, como lo que logramos, espectacular y gracias a la zona romántica en el Parque Lázaro Cárdenas, ahora tenemos en Api, la semana que entra, estaremos trayendo 60 meeting planners y quedamos en una cena de bienvenida en el recinto portuario, con dos increíbles cruceros atracados, esas experiencias nos vuelven un factor diferenciado, entonces, si se está haciendo mucho trabajo y que tengamos claro las estacionalidades, noviembre, abril, pues obviamente invierno en Norteamérica vienen, gastan, son adultos mayores, una ventaja competitiva más de Puerto Vallarta, que la Feria de San Marcos, toman sus vacaciones diferentes, terminan este fin de semana, para sino han ido, comercial para nuestra ciudad hermana, que dicen que hay que hacer hermanamientos y que es mayo, mayo no me voy a dejar mentir, no hay cuartos, se pelean los cuartos, porque entre Copbrands, Copa Vallarta, que Festva, que todos los eventos, viene Herbalife con 5 mil personas este mes, es una temporada de grupos, mayo, junio, entonces está muy bien estratégicamente atendido las temporalidades, aquí la importancia es cómo ustedes se suman para que genere mayor derrama a la ciudad y atraer más eventos, mayo, junio grupos, viene verano que es netamente familiar, nacional, estamos trabajando como fideicomiso desde este mes y el que este mes, en todos los outlets que se pueden imaginar, estamos en el outlet de Viaja con Despegar, con Price Travel, Naturlion hace en León, en Guadalajara con Récord, en Aguascalientes con Récord, estamos en todos y la hotelería igual, entonces si estamos atendiendo el tema de consumidor, ver qué vamos a hacer para verano, entonces que sepamos estas temporalidades, regresa a grupos agosto, septiembre, octubre, noviembre, es la temporada de grupos y es nuestra apuesta, porque nos cuesta mucho como destino, imagínense que yo traigo un grupo de 5 mil en marzo, febrero, no lo voy a lograr porque ningún hotel me va a dar 200 habitaciones y a un precio tan competitivo, entonces no hay que descubrir el hilo negro, están marcadas las temporalidades, están marcadas las oportunidades, Puerto Vallarta, además de estar en el ranking de las ciudades más seguras y lo que hemos de trabajar todos, comparados con ciudad, podemos, ese es nuestro key selling point, como dicen nuestros vecinos del norte, nuestra estrategia de venta, si llevas un congreso a Monterrey o a Guadalajara, ustedes asociación de cirugía plástica que estuvo, si tú los llevas no te va a generar cuartos noche, porque muchos son de Monterrey, además no es atractivo viajar a una ciudad, el tema de tráfico, el estrés para la familia, entonces te garantiza que si tú lo haces en Puerto Vallarta, mínimo un 10% más de afluencia e ingresos en registros y además ellos ganan comisión por los cuartos noche, entonces se van a venir con la familia y se van a quedar el fin de semana, aquí se suben, además tenemos más éxito porque para llegar aquí no hay que volar, puedes llegar también por carretera, tenemos todo el bajío que viene y se vuelven congresos exitosos, comparados con Cancún y Riviera Maya, Cabo y nosotros somos un 5 u 8% por esta razón, Cabo quieres ir, vuela o tómate un ferry y gasta un dineral en ferry y casetas, entonces hay muchas ventajas competitivas que tenemos que tener claras todos nosotros y trabajar en unidad para materializar esas oportunidades, me gustaría en otra próxima ocasión les compartimos todos los logros que alcanzamos el año pasado en tema de turismo de reuniones, que es algo muy importante el destino y es cuando se ve la mayor derrama y debemos de trabajar juntos, porque cuando llega un huésped, se queda en un hotel, pues no lo vemos, se quedan ahí y van a decir, pues buen trabajo el que lo haya hecho, la mayorista, el hotel, el fideicomiso, la agencia de viajes, pero en cambio nos llegan 3 mil doctores y que hemos visto la oportunidad y se ha sumado, hoy justamente me frustré, no digo el restaurante, quiero que participen en el evento porque tiene una gran capacidad para el grupo, me dicen, no, es que no, tengo un ticket promedio alto, el temporada del grupo llueve y no tengo donde, o sea, solito se limitó a no querer participar y recuerdo una vez, no digo el nombre de ese restaurante, que nunca nos apoyaba y nos llegaron los de, nadie quería, ese grupo eran los maestros de inglés de escuelas privadas, a veces nos traen, porque no son médicos, pues gratamente sorprendido, porque pues todos traen negocio,





ese por ejemplo, todas las editoriales de libros pagaron fiesta y cerraron tres restaurantes para invitar hasta 100, 150 profesores de inglés y todo lo pagó Trillas y las que conocemos, entonces hay un gran potencial, los invitamos, hay que trabajar unidos, hay que compartir información, ver de dónde están llegando ese negocio, de tal manera de que pues podamos seguir generando mayor derrama al destino, entonces la mención metropolitana y pues bueno, seguir trabajando y construyendo, porque bueno, todos vivimos y comemos en ambos lados del río Ameca y es importante que veamos esa misión, esa visión y no generar, si nosotros como portavoz empresarios, no somos, no somos realistas optimistas y no digo que hay que decir las cosas están mal, hay que decir, está sucediendo esto, pero es un entorno global, o sea, nos decían, están teniendo bajas de ventas, todas las mayoristas de Estados Unidos del 25%, están viviendo una realidad de ellos, las temporadas bajas existen hasta en Mónaco, que es el destino de lujo, ultra lujo, es la ciudad más cara del mundo y hay temporadas bajas, entonces nosotros no vamos a tener miedos, es que vamos a hacer, tenemos grandes ventajas competitivas para justamente compensar eso, así que encantado de sumar, estamos trabajando, si quieren saber lo que se está haciendo en el fideicomiso, está abierto, obviamente a veces hay más comunicación con hotelería o restaurantes, empresas de tour, porque son nuestro día a día para armar estos paquetes, pero trabajamos con, siempre agradecidos con las asociaciones, la Emilia Zapata, reconocer su trabajo que hacen en mantener la zona y recordemos, no, no hay que quejarnos, no hay gobierno que alcance, no, es como la sociedad civil organizada, logramos completar esos espacios, entonces, los invito ya como último comercial, si quieren aprender esto y motivarse a sumar, hay un libro muy interesante que se llama Homo Vidence, de Giovanni Sartori, habla mucho cómo somos una sociedad teledirigida y pues también por fomentar la lectura, el análisis y sobre todo a participar como ciudadanos en beneficio de nuestras ciudades, muchas gracias.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, me quedo con el tema de trabajar en unidad, en la variedad turística que cuenta Puerto Vallarta y sobre todo el destino turístico, verdad. Compañeros regidores, hemos escuchado, pues ahora sí que el sector privado, verdad, por parte también de las dependencias, pero ahora nos gustaría escucharlo alguno de mis compañeros que quisiera aportar. Adelante regidora Laurel.

Regidora María Laurel Carrillo Ventura, Colegiada.- Buenas tardes a todas y a todos, me da mucho gusto, regidora, te felicito por esa gran convocatoria que tenemos aquí a los empresarios, a algunos directores de las cámaras empresariales, creo que debemos hacer equipo, bienvenidos a su casa, pues ya Luis ya no nos dejó hacer algún comentario más, verdad, yo solamente decirles que sí, que es importante que ahorita que están todos aquí reunidos, es muy rápido el tiempo, que regidoras se hagan mesas de trabajo junto con todos los sectores, los directores, los empresarios, porque sí urge una estrategia de... turística, sabemos que sí, no estamos tan mal o mal, pero sí, sí es importante, yo siempre he dicho que los trabajos en equipo, las cosas suceden. Que sí tenemos el problema de los hoteles, todo incluido, claro, coincido aquí con Lupita Bayardi, que sí se tiene que ver más a fondo ese tema entre todos ustedes, que tienen que tener una estrategia, que Puerto Vallarta no es solamente sol y playa, sino que tenemos muchos eventos culturales, ahorita en este momento se vienen realizando el décimo noveno del Festival Azteca, que es un evento de talla internacional, la verdad es que hemos tenido la oportunidad de estar ahí, hemos visto que es un gran evento que tenemos que seguir difundiendo, gracias al apoyo aquí de la directora de turismo, la licenciada Alejandra Cornejo, también Luis Villaseñor y como persona, no como regidora, yo he estado, yo he solicitado apoyos a través de Luis o de Alejandra como química, hice varios congresos y la verdad que yo difiero de que la gente dice que Vallarta sólo no vende, yo difiero de eso porque las veces que yo he propuesto a Puerto Vallarta como sede para Congreso Nacional de los Químicos, siempre hemos ganado y el sólo decir Vallarta, la gente está anotada, entonces no nos resta más que hacer un trabajo en equipo para todos los que estamos en Puerto Vallarta y queremos a Puerto Vallarta, pues queremos que les vaya mejor, esa es mi aportación y muchas gracias y bienvenidos a su casa.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias regidora Laurel, adelante regidor Arnulfo.





Regidor Arnulfo Ortega Contreras, Colegiado.- Muy buenas tardes tengan todos ustedes, quiero felicitar a la regidora por esta reunión que tenemos de trabajo, a la cual también quiero felicitar a Ale Cornejo por su participación y realmente la participación de todos los presentes, yo me quedo con que sí se está trabajando y también quisiera comentar, me quedo también con el análisis, estrategia y ejecución, todos los empresarios analizamos cómo está nuestro negocio, nuestro entorno y esta mesa que sea un análisis y que realmente también no perdamos la confianza, cuando una persona pierde la confianza en sí mismo empieza a declarar cosas con miedo, recuerdo la experiencia que tuve cuando pasó lo de la influenza 2008, hubo un temor tremendo en todos los empresarios, yo iniciaba mis pininos en la Coparmex y me extrañó muchísimo cómo es que el empresario empezó a tener miedo y a confesar cosas negativas, eso mismo pasó cuando vino el COVID, muchos comentarios negativos, con cualquier cosa el empresario se debilita o el vallartense y mi mensaje principalmente es que generemos confianza, que generemos esa confianza porque la confianza la vamos a generar declarando cosas positivas, me quedo con la presentación que dio Luis y realmente si hay estrategias, si hay trabajo, pero está pasando algo importante, desconocemos realmente lo que se está haciendo y bueno yo motivo e invito a que hagamos mesas de trabajo y apoyemos a la dirección de turismo y a todos los aquí presentes, porque Puerto Vallarta es un puerto maravilloso y formidable, hay que declarar eso, no hay que declarar lo negativo, cómo nos fue, muy mal, muy mal, no nos fue bien, pero vamos a trabajar para estar mejor, juntos podemos hacer las cosas por un Puerto Vallarta, porque sabe por qué, porque si le va bien a Vallarta en las colonias lejanas donde tenemos nuestras empresas pueden comprar el pan, la carne, el huevo, el aceite y ahí se ve realmente si le fue mal a Vallarta, baja el consumo de la canasta básica y ahí es donde nosotros estamos viendo que el consumo de la canasta básica realmente se está llevando a cabo a las familias, por lo tanto no le fue mal a Vallarta, nos fue bien y quiero decirles que el conocimiento que nosotros tengamos de las situaciones, de la empresa o de la problemática, es la oportunidad que nos da de innovar, de implementar, de reflexionar, así que ese es mi comentario, lo cual felicito a todos y realmente hagamos ese esfuerzo por unirnos frecuentemente y hagamos una propuesta, señalemos, pero también hagamos una aportación, a lo cual quiero agradecerles a todos su presencia, Dios les bendiga y Marcia, felicidades.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias ¿Alguno otro de nuestros compañeros regidores? Adelante, regidora Erika.

Regidora Erika Yesenia García Rubio, Colegiada.- Hola, buenas tardes a todos, pues principalmente agradecerles a cada uno de ustedes el tiempo que es muy valioso para nosotros, lo que me queda muy claro es que la unidad hace la fuerza y estoy aquí en su casa, que tienen una aliada, tienen una amiga, que estamos en el ámbito deportivo, pero nos sumamos a todas esas reuniones y a todos esos puntos muy nutritivos para nuestro Puerto Vallarta. Enhorabuena y muchísimas felicidades, regidora.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, regidora Erika. ¿Alguien más? ¿Usted regidor Luis Escoto? Adelante.

Regidor Luis Jesús Escoto Martínez, Colegiado.- ¿Qué tal? Muy buenas tardes, ya son tardes, pues bienvenidos, igual aquí a la regidora felicitarla por esta mesa de trabajo, también por el trabajo que ha hecho la directora de turismo, simplemente comentarle aquí a mis compañeros que Puerto Vallarta vive del turismo, entonces si no hay turismo, no hay economía y si no hay economía, bueno, pues los ciudadanos no van a tener este ingreso y aparte no va a haber infraestructura, porque no va a haber cómo hacer obras, calles, entre la infraestructura, alumbrado público, etcétera. Yo creo que a mis compañeros regidores proponerles que en el próximo presupuesto del siguiente año, bueno, pues le invirtamos un poquito más al turismo para que tanto cultura como turismo tengan la oportunidad de poder realizar eventos durante el año en temporadas estratégicas para también estar prevenidos, porque como sabemos en cualquier lado del mundo hay temporadas bajas y sabemos ahorita lo que está pasando a nivel mundial y tenemos que ser preparados como destino turístico, tenemos que tener estas estrategias por lo que pueda pasar, entonces sí es importante que



Puerto
Vallarta

Regidores
Sala A

nosotros como gobierno municipal tengamos también una estrategia en colaboración con todos los empresarios y las cámaras para poder prevenir este tipo de situaciones, es cuanto.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, regidor, ¿Alguien más? Ah ya se nos fue la otra regidora, no la había visto. Sí, adelante directora.

Lic. Rosalba Alejandra Cornejo Cornejo, Directora de Promoción Económica y Turismo, Invitada.- Agradecer a todos el tiempo, las aportaciones son muy valiosas, el trabajo conjunto, el conocer y acercarse a la dirección de turismo, a las entidades, organismos que representan el sector, es muy valioso sobre todo para conocer completamente cómo es la comercialización y la promoción del destino. Tenemos que, si vamos a traer una cifra, si yo sí pediría la responsabilidad y la realidad, no podemos tomar una muestra del 5 al 4 por ciento para representar cómo se ha comportado el sector de 430 establecimientos hoteleros. Si tomamos 25 hoteles y representan sólo un 4 o 5 por ciento, no vamos a tener una integralidad, una visión total, sino va a ser parcial y sesgada de lo que realmente estamos viendo. Me tocó estar en Tianguis y veo a los 15, 16 hoteleros que estuvieron ahí con muy buenas cifras y si hay algunos sectores que están atrás, que se están rezagando, que requieren alguna intención, pues estamos en toda disposición de acercarnos y ver cuál es la necesidad puntual que necesitamos reforzar para que ellos puedan pues realmente verse beneficiados de estos números, porque los números no van a mentir y en el momento en que Datatur confirme y SECTUR el mes de abril y veamos estas cifras y son alentadoras y positivas reservadas y habrá un trabajo por hacer y esperamos que 2025 rompa el récord de 2024, sin embargo tenemos que asentarnos en cifras serias, en profesionalizar realmente nuestras muestras. Si una estadística se toma, pues tengamos esa responsabilidad de ampliar una base estadística que realmente refleje una realidad, de otra manera no vamos a comprender cómo se comporta Puerto Vallarta. Puerto Vallarta es un destino turístico complejo y debemos de que las conclusiones se deben de tomar con cautela y siempre contextualizarlas en el entorno del sector turístico. Comencemos partiendo de esta base, comentando y proponiendo, estamos en toda disposición de sumar y de poder realizar, pues tener este año, un año con buen reflejo de los números, pero pues seamos realmente claros y veamos esas puntualizaciones que debemos de atender, identificarlas para poder tomar decisiones concretas y analicemos los datos sobre una base de la realidad y de una representación completa y total del sector.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias directora, pues en conclusión de esta reunión, primeramente nuevamente agradecer, el tiempo se nos ha ido, pero ha sido muy favorable la verdad el escuchar los diferentes puntos de vista desde su trinchera de cada uno, verdad, y pues miren, yo traigo aquí un resumen, que sería trabajar en unidad la variedad turística, que tenemos un destino turístico, pero que necesitamos capacitaciones, que necesitamos renovar, ahora sí, hacia dónde estamos llevando la promoción del destino, verdad, ampliar y salir a Canadá, vamos a ir también a la parte por allá, por Dubái y todo, vamos también y claro que sí, promocionemos por aquellas partes el destino, verdad, porque no tenemos una gran ventaja que ahorita el aeropuerto se está ampliando, por lo cual eso es favorable para nosotros, verdad, otra cosa de las propuestas que mencionaron es hacerlo también por las generaciones, que lo que estemos haciendo, innovación, irnos a la escapada y otra cosa, generar confianza, mencionaba alguno de nuestros regidores, el presupuesto turístico, ampliarlo, verdad, pero la pregunta aquí es ¿Qué vamos a hacer? ya expusimos todos los que estamos aquí presentes y la pregunta que viene ahora es ¿Qué vamos a hacer? Yo creo que con lo que aportamos y todos concluimos en trabajar en unidad, yo los invito a que justamente esta sea la conclusión, para ello yo les pido que anoten mi correo, ese es mi correo, anótenlo por favor y que me hagan llegar ahora sus propuestas de estrategias, porque comentaba la regidora Laurel también que es muy importante trabajar en una estrategia en unidad, entonces para trabajar en una estrategia en unidad son principalmente las ideas, yo les invito a que me hagan el favor a vía correo electrónico, me manden esas propuestas de estrategia para posterior ello volvernos a reunir y poder hacer una mesa de trabajo para posterior a ello poder presentarlo y ahora sí trabajar con esa diversidad de



ideas que cada uno hemos aportado el día de hoy, verdad, pues muchas gracias, gracias a cada uno de ustedes, gracias por su tiempo, gracias compañeros regidores por estar aquí presentes, verdad, a favor de Puerto Vallarta, gracias a la prensa también y todos aquellos que nos están viendo a través de la página del gobierno municipal de Puerto Vallarta, que estén enterados de lo que venimos trabajando y de lo que vamos a seguir trabajando, pero sobre todo les voy a decir algo, esto es, yo creo, yo en lo personal, a título personal yo no lo había visto que estuvieran trabajando en unidad, el sector empresarial por parte del gobierno, así es que también este es un mensaje para la ciudadanía con los foros que se hicieron también, su voz también es muy importante, así es que les paso mi correo a todos aquellos que nos están mirando a través de las redes sociales es marcia.banuelos@puertovallarta.gob.mx y también danos tus ideas desde aquella parte para ver cómo podemos mejorar en la cuestión turística del destino de Puerto Vallarta.

8. ASUNTOS GENERALES.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Bueno, pues continuando con el desahogo del orden del día como punto número ocho tenemos asuntos generales, si alguien tiene algún asunto que agregar o compartir se le cede el uso de la voz ¿Alguien compañeros?

Carlo Iván Pérez Gómez, Director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, Invitado.- Yo nomás una cosa, reiterarle una disculpa al director de turismo, me escuchan ahí, tal vez lo que aclara yo nomás dije que en Semana Santa no hubo actividades para la familia, no todo el año, trabajan muy bien, yo los felicito, es todo, es cuánto.

9. CLAUSURA DE LA SESIÓN.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, como último punto y no habiendo más temas por analizar, declaro formalmente clausurada la presente sesión de la Comisión Edilicia Permanente de Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico, siendo la 1 una con 23 veintitrés minutos de este día miércoles 07 siete de mayo del 2025 dos mil veinticinco, muchas de verdad, muchas gracias por su presencia, pero sobre todo por la participación de cada uno de ustedes, muchas gracias, quedamos despedidos.

C. Marcia Raquel Bañuelos Macías

**Regidora Presidenta de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

Q.F.B. María Laurel Carrillo Ventura

**Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**





**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

Lic. Arnulfo Ortega Contreras

**Regidor Colegiado de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

C. Erika Yesenia García Rubio

**Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

L.A.E. Melissa Marlene Madero Plascencia

**Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

Ing. Luis Jesús Escoto Martínez

**Regidor Colegiado de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

**LA PRESENTE HOJA DE FIRMAS CORRESPONDE AL ACTA DE SESIÓN DE LA
COMISIÓN EDILICIA PERMANENTE DE PROMOCIÓN NACIONAL E
INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO, CELEBRADA EL DÍA 07 DE MAYO
DE 2025.-**



ACTA DE SESIÓN DE LA COMISIÓN EDILICIA PERMANENTE DE PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO, CELEBRADA EL DÍA 07 DE MAYO DE 2025.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muy buenos días, vamos a iniciar. Buenos días compañeros regidoras, regidores e invitados especiales y a quien nos acompañan este día, les doy una cordial bienvenida a esta sesión de la Comisión Edilicia Permanente de Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico. Siendo las 11 once horas con 20 veinte minutos del día de hoy miércoles 07 siete de mayo del 2025 dos mil veinticinco, damos inicio a esta sesión.

A continuación, tomaré la correspondiente lista de asistencia de los integrantes de esta comisión.

1. LISTA DE ASISTENCIA. -----

	INTEGRANTES DE LA COMISIÓN EDILICIA DE PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO	
1	Regidora María Laurel Carrillo Ventura Colegiada	Presente
2	Regidor Arnulfo Ortega Contreras Colegiado	Presente
3	Regidora Erika Yesenia García Rubio Colegiada	Presente
4	Regidora Melissa Marlene Madero Plascencia Colegiada	Presente
5	Regidor Luis Jesús Escoto Martínez Colegiado	Presente
6	Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías Presidenta	Presente

2. DECLARACIÓN DEL QUÓRUM LEGAL. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-Por lo que de seis integrantes de la comisión, les informo que contamos con la asistencia de seis ediles. Por lo anterior, se declara la existencia de Quórum legal para la celebración de esta sesión, siendo las 11 once horas con 21 veintiún minutos del día 07 siete de mayo del año 2025. Por lo anterior, todos los acuerdos y decisiones que se tomen serán válidos de conformidad con la Ley de Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, así como el Reglamento del Gobierno Municipal de Puerto Vallarta, Jalisco.

Antes de continuar, quiero agradecer la presencia de la Licenciada Alejandra Cornejo, titular de la Dirección de Promoción Económica y Turismo, bienvenida, denle un fuerte aplauso por favor. El licenciado Miguel Ángel Maya Álvarez, Gerente Comercial de ASIPONA, en representación del almirante retirado Juan Ortiz Guarneros, bienvenido, por favor, gracias. Vicente Aguilar Sosa, presidente de Puerto Mágico, bienvenido. Luis Antonio Villaseñor Nolasco, director del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, bienvenido. Marta Leticia Parra Vargas, presidenta de CANIRAC, delegación Puerto Vallarta, bienvenida. Jorge Zambrano Hernández, secretario de la Asociación de Zona Romántica, bienvenido. José Ignacio Cruz García, gerente de Asociación de la Zona Romántica, bienvenido. Alonso Magaña Pérez, asesor jurídico de la Asociación de la Zona Romántica,





bienvenido, y el licenciado Francisco Gabriel Vizcaíno Rendón, presidente del Consejo Directivo de COPARMEX, bienvenido. Vicente Gallegos, socio de COPARMEX, bienvenido. Licenciada Guadalupe Bayardi González, presidenta del Consejo Coordinador de Vallarta y Bahía de Banderas, bienvenida. Licenciado Carlo Iván Pérez Gómez, director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, bienvenido, y también tenemos el honor de tener aquí al vicepresidente nacional de CONCANACO, el ingeniero Javier Zepeda. Muchas gracias por acompañarnos el día de hoy. Muy bien, continuamos.

3. APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Una vez expuesto lo anterior, propongo a ustedes, compañeras y compañeros regidores, el siguiente orden del día, del cual ya tienen conocimiento en virtud de haberse la remitido con la convocatoria que fue expedida para la celebración de esta sesión. Como punto número uno, tenemos la lista de asistencia. Como punto número dos, declaración del Quórum legal. Como punto número tres, aprobación del orden del día. Como punto número cuatro, lectura y discusión en caso de aprobación del acta de sesión con fecha 25 veinticinco de marzo del año 2025 dos mil veinticinco. Como punto número cinco, presentación del informe turístico mensual de Puerto Vallarta, correspondiente al periodo de octubre 2024 marzo 2025, por parte de la Gerencia de Gabinete de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo. Como punto número seis, informe de la actividad turística desarrollada durante el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua, por parte de la Dirección de Promoción Económica y Turismo. Punto número siete, informe por parte del sector empresarial del periodo vacacional de Semana Santa y Pascua. Como punto número ocho, asuntos generales. Y nueve, clausura de la sesión.

Está a su consideración, compañeros regidores, el orden del día expuesto, por lo que en votación económica solicito manifiesten el sentido de su voto levantando la mano. ¿Quiénes estén a favor? Seis a favor, cero en contra y cero en abstención

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor queda aprobado por mayoría simple.

4. LECTURA, DISCUSIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL ACTA DE SESIÓN DE FECHA 25 DE MARZO DEL AÑO 2025. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Agotados los primeros tres puntos del orden del día, pasamos al punto número cuatro. En lo relativo a la lectura, discusión y en su caso aprobación del acta de sesión de fecha 25 de marzo del año 2025 y toda vez que les fue remitida con anterioridad y no habiendo ninguna aclaración o corrección a la misma de conformidad con el artículo 57, fracción II del Reglamento del Gobierno Municipal de Puerto Vallarta, Jalisco, pido ustedes, compañeros regidores, que se tenga a bien omitir su lectura, por lo que en votación económica solicito manifiesten el sentido de su voto. ¿Quiénes estén a favor? Seis votos a favor, cero en contra, cero en abstención.

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0



Con seis votos a favor queda aprobado por mayoría simple.

Por lo que, una vez aprobada la omisión de la lectura, del mismo modo solicito sea aprobada el acta de fecha 25 de marzo del año 2025 mediante votación económica. ¿Quiénes estén a favor?

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor, cero en contra y cero en abstención queda aprobado por mayoría simple.

5. PRESENTACIÓN DEL INFORME TURÍSTICO MENSUAL DE PUERTO VALLARTA, CORRESPONDIENTE AL PERIODO OCTUBRE 2024 - MARZO 2025, POR PARTE DE LA GERENCIA DE GABINETE DE PROSPERIDAD, DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO. -----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Para antes, compañeros regidores y con la finalidad de darle agilidad a esta sesión, les parece bien que primero desahogemos los puntos 5, 6 y 7 de la orden del día y una vez finalizado los puntos pasaremos a la parte de comentarios y preguntas. ¿Les parece bien? Ok, igual solicito a mis compañeros regidores el otorgarles el uso de la voz a todos y cada uno de los invitados a esta sesión, expresando su sentido del voto de la manera acostumbrada, para que en su momento cada uno pueda participar de la misma. ¿Quiénes estén a favor? Seis a favor, cero en contra y cero en abstención.

Votos a favor	6
Votos en Contra	0
Abstenciones	0

Con seis votos a favor, queda aprobado por mayoría simple.

Como punto número 5 del orden del día, presentación del informe turístico mensual de Puerto Vallarta, correspondiente al periodo octubre 2024 marzo 2025, por parte de la Gerencia de Gabinete de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo, tenemos en representación del licenciado Héctor Mata, a la licenciada Erika Gallegos, quien nos dará la información correspondiente, así es que adelante, por favor.

Lic. Erika Guadalupe Gallegos Valencia, en representación del Lic. Héctor Mata Espinoza, Gerente de Prosperidad, Desarrollo Económico y Turismo, Invitado.- Bueno, primero que nada el gerente no pudo asistir el día de hoy porque se encuentra en Guadalajara en una reunión, pero bueno, aquí tenemos el informe turístico mensual correspondiente al periodo octubre 2024 marzo 2025.

Puerto Vallarta, uno de los destinos de playa más importantes de México, ha mostrado un desempeño turístico destacado desde octubre 2024 hasta la fecha actual, marzo 2025. Este informe presenta un análisis mensual de los principales indicadores turísticos en Puerto Vallarta, en el periodo octubre a marzo 2025, incluyendo comparativos interanuales con 2023. Se incluyen datos de llegada de turistas nacionales e internacionales, ocupación hotelera, derrama económica, arriba de cruceros, llegadas de turistas por vía aérea, estadía promedio, entre otros indicadores clave disponibles.

Los datos se han obtenido y contrastado con fuentes oficiales, DATATUR Sector Jalisco, ASIPONA, GAP, Observatorio Integral de la Región Turística de Puerto Vallarta Bahía de Banderas. El resumen de indicadores turístico clave octubre 2024-2025, tenemos seis indicadores que estamos analizando. El mensual de turista, bueno, en octubre 2024 tuvimos catorce mil trescientos siete, perdón,



quinientos catorce mil trescientos siete. En noviembre 2024, quinientos setenta y tres mil doscientos cuarenta y seis. Diciembre 2024, quinientos setenta y dos mil ciento ochenta y tres turistas. Enero 2025, quinientos treinta y nueve mil ciento cuarenta y cinco. Febrero 2025, cuatrocientos veintiocho mil trescientos turistas. Marzo 2025, quinientos cincuenta y cuatro mil novecientos cincuenta y seis turistas. Respecto a la ocupación hotelera, en octubre 2024 tuvimos un sesenta y dos por ciento en ocupación hotelera. Noviembre 2024, setenta y nueve por ciento. Diciembre 2024, setenta y nueve por ciento. Enero 2025, ochenta y tres por ciento. Febrero 2025, ochenta y seis por ciento. Marzo 2025, ochenta y uno por ciento. En el indicador de derrama económica para el mes de octubre 2024, en millones de pesos, octubre 2024, tenemos tres mil trescientos siete millones de pesos. En noviembre 2024, tres mil setecientos sesenta y siete. Diciembre 2024, tres mil novecientos siete. Enero 2025, tres mil setecientos treinta y siete. Febrero 2025, tres mil cuatrocientos diecisiete millones de pesos. Marzo 2025, tres mil setecientos treinta y siete. Para el indicador de estadía promedio, en octubre dos mil veinticinco, dos mil veinticuatro, perdón, tenemos que el turista estuvo en un promedio de dos punto setenta y seis días promedio. Noviembre dos mil veinticuatro, tres días promedio. Diciembre dos mil veinticuatro, tres punto veintisiete. Enero dos mil veinticinco, tres punto cuarenta y siete. Febrero dos mil veinticinco, tres punto cincuenta y cinco. Marzo dos mil veinticinco, tres punto treinta y siete. Respecto al indicador de cruceristas, para octubre dos mil veinticuatro, tuvimos cincuenta y cinco mil novecientos doce. En noviembre dos mil veinticuatro, setenta mil trescientos noventa y seis cruceristas. En diciembre dos mil veinticuatro, setenta y cuatro mil cuatrocientos cuarenta y nueve cruceristas. Enero dos mil veinticinco, sesenta y cuatro mil cinco. Febrero dos mil veinticinco, cuarenta y tres mil setecientos ochenta y ocho. Y marzo dos mil veinticinco, sesenta y cuatro mil cuatrocientos treinta y cuatro. Respecto los turistas que arribaron vía aérea, para el mes de octubre dos mil veinticuatro, tuvimos doscientos veintiocho mil seiscientos cuarenta y uno. Noviembre dos mil veinticuatro, trescientos siete mil seiscientos cuarenta y cinco. Diciembre dos mil veinticuatro, trescientos sesenta y siete mil ciento veintiuno. Enero dos mil veinticinco, trescientos cuarenta y nueve mil cuatrocientos sesenta y nueve. Febrero dos mil veinticinco, trescientos veintiún mil doscientos setenta y cinco. Marzo dos mil veinticinco, trescientos sesenta y seis mil trescientos dos turistas. Este es el resultado en una gráfica comparativa con el año anterior, en este caso octubre tenemos la comparativa 2024-2023 de llegada de turistas, en octubre 2023 tuvimos 447 mil 393 y octubre 2024 tuvimos un alza con 514 mil 307 turistas, ahí tuvimos un incremento en ese mes, en noviembre también tuvimos incremento para el 2024, noviembre 2023 tuvimos 521 mil 758 turistas y noviembre 2024 573 mil 246 turistas. En diciembre respecto 2023 y 2024 también hubo un incremento, en 2023 fueron 500 mil 991 turistas y en 2024, diciembre fueron 572 mil 183. Respecto al mes de enero tuvimos 528 mil 32 turistas contra 539 mil 145 turistas con el enero de este año. Febrero tuvimos una pequeña variación de febrero 2024 contra febrero 2025, fueron 460 mil 242 en febrero 2024 y 428 mil 300 turistas en febrero 2025. En el mes de marzo ya tuvimos ahí un incremento nuevamente, donde marzo 2024 tuvimos 522 mil 407 contra marzo 2025 554 mil 956. En el indicador de ocupación hotelera tenemos la comparativa del año actual con el anterior, igual estamos comparando también octubre 2023 contra octubre 2024. En octubre 2023 tuvimos un 61.34% contra octubre 2024, un 61.94%. Noviembre 2023 tuvimos un 76.40% contra noviembre 2024, un 79.19% de ocupación hotelera. En diciembre 2023 tuvimos un 76.97% contra diciembre 2024, de 79.80%. En enero 2024, 78.94% contra 2025, 82.70%. En febrero, 85.61% contra 86.44% y marzo 80% contra 81% en ocupación hotelera. Respecto a la derrama económica para octubre 2024, tuvimos 3.307 millones de pesos, para noviembre 2024, 3.707. Para diciembre 2024, 3.907 millones de pesos. Enero 2025, 3.737 millones de pesos. Febrero 2025, 3.417 millones de pesos. Marzo 2025, 3.737 millones de pesos. En promedio, en el periodo que se está informando, fueron 21.872 millones de pesos. Esta es una gráfica del indicador de estadía promedio del turista que visita nuestro puerto Vallarta en el periodo octubre a marzo 2025. Tres días promedio, 3.2 días promedio, es correcto. Llegada de cruceristas, este es otro de los indicadores que estamos nosotros analizando nosotros, bueno, el rojo es el año anterior y el gris es el actual, en el que sí se ve que hubo un incremento. Bueno, en octubre, pues, hubo 55.912 contra 30.522. En noviembre, 70.396 contra 49.235 cruceristas. Diciembre, 74.449 contra 37.939 cruceristas. En enero, 64.005





**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

contra 72.889. Ahí hubo una pequeña disminución. Febrero, 43.788 cruceristas contra 49.463. Marzo, 64.434 contra 54.924 cruceristas. Son los indicadores que nosotros estamos analizando y, bueno, tenemos algunas recomendaciones estratégicas y acciones sugeridas por parte de la gerencia para mejorar los resultados turísticos de Puerto Vallarta.

En el corto y mediano plazo se proponen las siguientes estrategias y acciones clave. Diversificación de mercados y promoción inteligente. Con ello, bueno, fortalecer la promoción turística dirigida a mercados internacionales clave, Estados Unidos, Canadá, Europa, sin descuidar el mercado nacional, por supuesto.

Desarrollar campañas segmentadas que destaquen los atractivos turísticos de Puerto Vallarta, cultura local, gastronomía, ecoturismo, lujo y que utilicen inteligencias de mercado para llegar al público objetivo. Aprovechar alianzas con aerolíneas y tour operadoras para incrementar rutas y frecuencias consolidando la posición de Vallarta en rankings internacionales. Asimismo, impulsar nichos como el turismo LGBT+, el turismo de bienestar y turismo deportivo, donde el destino tiene ventajas competitivas.

Otra de las estrategias que nosotros, bueno, estamos sugiriendo, bueno, es el impulso al turismo todo el año, mitigando estacionalidad. Desarrollar un calendario anual de eventos ancla y festivales en temporada baja, verano y otoño, para atraer visitantes en esos meses. Por ejemplo, expandir festivales existentes como el Gourmet Film Festival, crear nuevos eventos culturales, deportivos, internacionales en meses de baja ocupación y promover el turismo de reuniones, congresos, convenciones en junio a octubre, ofreciendo incentivos.

La coordinación con SECTUR Jalisco y la iniciativa privada donde asegurar eventos de alto perfil que generen flujo constante. También diversificar la oferta hacia productos no estacionales, ecoturismo en la sierra, excursiones a pueblos cercanos, etcétera, para ofrecer incluso fuera de temporada de playa.

Mejora de la conectividad y movilidad, bueno, continuar con las inversiones en infraestructura, ya en marcha, ampliación aeroportuaria y mejoras viales.

Innovación en experiencia turística y calidad de servicio. Capacitar constantemente a los trabajadores del sector, hotelería, restaurantes, guías, transporte, para elevar la calidad en el servicio, porque una experiencia satisfactoria aumenta la repetición y recomendación del destino.

Gestión sostenible y desarrollo equilibrado. Priorizar la sustentabilidad en el desarrollo turístico. Proteger las riquezas naturales, playas limpias, vida marina, mediante regulaciones ambientales estrictas y promoción de prácticas responsables entre turistas.

A la par hay que asegurar que el crecimiento turístico beneficia la comunidad local. Impulsar programas de integración comunitaria, apoyo a emprendedores locales y desarrollo urbano planificado que evite desequilibrio social. Por último, fortalecimiento institucional y de inteligencia de mercado. Esto implica mantener actualizados los sistemas de recopilación de datos, data tur, encuestas de satisfacción, monitoreo de tendencias, ello con el fin de convertir esta información accionable para el tema de decisiones. Por ejemplo, ajustar campañas promocionales basadas en tendencias de reservaciones o invertir en infraestructuras según análisis de flujos por zona.

Conclusión, Puerto Vallarta mantuvo en octubre a marzo 2025 un desempeño turístico muy robusto con crecimientos interanuales en la mayoría de indicadores, llegadas, ocupaciones de rama con mexicanos como extranjeros. Si bien existen retos en la temporalidad de la demanda y en asegurar la sostenibilidad del crecimiento, las acciones emprendidas y la coordinación público-privada muestran un camino claro para enfrentar dichos desafíos. Puerto Vallarta se encamina a romper récords históricos de visitantes y de rama en 2025, apoyado en la fortaleza de su oferta turística y en una estrategia integral de desarrollo.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-¿Sería todo? Muchas gracias.

6. INFORME DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DESARROLLADA DURANTE EL PERIODO VACACIONAL DE SEMANA SANTA PASCUA POR PARTE DE LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN ECONÓMICA Y TURISMO.-----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.-Continuamos, como punto número 6 tenemos el informe de actividad turística



**NUESTRO PUERTO
RENACE**

Independencia 123, Col. Centro, 48300 Puerto Vallarta, Jal.
01 (322) 223 25 00 Ext. 1276 | www.puertovallarta.gob.mx



desarrollada durante el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua por parte de la Dirección de Promoción Económica y Turismo. Bienvenida a la directora Alejandra Cornejo para que nos brinde información de este periodo vacacional, adelante con su proyección.

Lic. Rosalba Alejandra Cornejo Cornejo, Directora de Promoción Económica y Turismo, Invitada.-

Muchísimas gracias, agradezco la invitación y esta iniciativa a la Regidora Marcia Raquel Bañuelos, Presidenta de esta Comisión Edilicia, para realizar este recuento de los resultados que se han tenido tanto de lo que va de la administración que es de octubre hasta abril de este mes y en lo que cabe la petición de que analizáramos también las propias cifras que se han llevado en la propia temporada vacacional de Semana Santa y Pascua. Vamos a iniciar la presentación, si me ayudan por ahí a conectar la computadora. Y pues agradecer a todos los aquí presentes este espacio de diálogo que nos permita construir, analizar y colaborar entre todos los sectores clave del sector turístico. Deseamos avanzar en esta interpretación integral de los datos de todos los factores que favorecen al turismo como es la conectividad aérea, carretera, el perfil de visitante, las fechas móviles y los ritmos del mercado internacional y nacional. Iniciamos esta reunión con un firme compromiso de compartir información clara que nos permita tratar temas de ocupación turística, esta parte que nos permita ejecutar la planeación y la promoción de nuestro destino a nivel nacional e internacional. Quisiera hacer un recuento, por un lado, es fundamental contextualizar que el presente periodo de Semana Santa 2025, este año se presentó de forma posterior a lo que regularmente es en marzo, en el mes de marzo. Se insertó en 2024 en una temporada aún activa y permitió ahora sí que recorrer este espacio en que concurrieron tanto el turismo nacional como el internacional. Sin embargo, este 2005 que se presenta en la segunda y tercera semana de abril, permite extender la ocupación invernal por una o dos semanas más y que adicionalmente con el reciente puente vacacional del 5 de mayo, pues tenemos una ocupación extendida hasta principios incluso del mes de mayo. Este fenómeno, que realmente fueron las fechas en calendario, ofrece una ventana más larga de comercialización del destino y en consecuencia mejora los promedios de ocupación y rendimiento durante el primer cuatrimestre de este año. El reporte de GAP hacia Puerto Vallarta de 2024-2025, nos marca que ascendió en un 15.4% el crecimiento realmente general del destino, sin embargo, vemos esta fuerte presencia de turismo nacional. Es fundamental entender en el marco temporal de comparación que la Semana Santa en 2024, como bien lo explico, coincidió con el mes de marzo, lo cual insertó durante el mayor pico de temporada vacacional de turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá. Esta concurrencia nos ayudó mucho el año pasado, sin embargo, ahora veremos un cuatrimestre muy sano en las cifras que también nos ha compartido la Gerencia propiamente de prosperidad y pues bueno, estamos con toda la intención de continuar en las temporadas bajas, marzo y consiguientemente junio, de poder levantar esta estacionalidad y poder aprovechar esta conectividad terrestre y esta gran conectividad aérea que también lo vemos en las alianzas que se lograron en Tianguis, con algunas aerolíneas, Fideicomiso de Turismo y Secretaría de Turismo Jalisco estuvieron participando activamente para que esta conectividad aérea se mantenga y la conectividad carretera nos permita tener fines de semana con una buena y sana ocupación para Puerto Vallarte. Iniciamos ahora la presentación con este parte aguas. La información general que ya también nos han compartido, donde nos encontramos en la Bahía de Banderas, la ubicación estratégica de nuestra bahía, las bellezas naturales que nos ofrece y las múltiples playas y pueblos costeros que pues realmente representan un gran sitio de interés ecológico recreativo para nuestros turistas.

La afluencia de visitantes yo la tengo de manera general, bueno, vemos un 2024 con 6 millones 94 mil 530 visitantes, una mezcla del 33 por ciento internacional y 67 por ciento nacional y bueno, el 2024 a 23, estamos hablando de enero a diciembre, hubo un incremento del 0.85 por ciento con respecto al año anterior, 2023. Capacidad hotelera, tenemos estas unidades de hospedaje 26 mil 056 y pues tenemos 433 hoteles u otro tipo de villas, cabañas u otro tipo de unidades de hospedaje que están registradas. El porcentaje de ocupación anual del 2024 70.82 por ciento, una estancia promedio de 3.03 noches y una densidad de ocupación de 2.18 personas por cuarto, tomando como referencia los datos de SECTUR.

La ocupación hotelera hasta este momento se encuentra pues fundamentalmente recabándose por la Secretaría de Turismo Federal a través del sistema DataTur,



nos ofrece una plataforma donde da una información de los doce centros turísticos más importantes, sin embargo ahorita con el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua, la última información que recibimos y que está publicada pues es la primera semana de marzo, entonces esperamos que en la última semana entre el 20 y en las próximas dos semanitas podamos tener una cifra contundente ya de lo que representó marzo y abril de 2025. Esta es una comparativa que tenemos de la de SECTUR con una cifra estimada de enero, febrero y abril y como vemos pues marzo realmente este año se destacó con un 81.1 por ciento, abril pues estamos esperando al cierre de las cifras que estarán entregándonos en las próximas dos semanas como se han comentado, pero sin embargo vemos un buen comportamiento del destino y un crecimiento aunque ligero pero que nos permite entender que nuestro turismo está trabajando coordinadamente con todas las organismos de turismo a nivel estatal y el Fideicomiso de Turismo propiamente. Una comparativa también con fuente de SECTUR, donde vemos un comportamiento con tres años de anticipación, 2022, 2023, 24 y 25 y vemos como ustedes pueden checar los primeros tres meses con un crecimiento pues estable del sector turístico en nuestra ciudad.

Esperaremos las siguientes cifras de abril para que en el mes pues en el mes de mayo podamos cerrar este primer cuatrimestre. La conectividad como lo mencionaba es una gran ventaja, tenemos una gran conectividad aérea, este es al cierre de 2024, 3.3 millones de pasajeros en la parte de cruceros, 548.146 y en la parte carretera 501.588. Esta es una de las infografías que nos ha compartido el sistema STARC, esta colaboración que se tiene con la Universidad de Anáhuac, con el cierre de pasajeros solamente en el primer cuatrimestre que también nos permite ver de 2023, 24, 25, pues las cifras de los tres principales destinos del país en el cual Puerto Vallarta pues mantiene esas cifras que se han colocado y que nos permite hablar de un turismo que sigue viniendo y que principalmente pues ante el contexto internacional de Estados Unidos, aunque hay una preocupación estaremos alerta. Creemos que estas alianzas que el mercado canadiense que se ha logrado en Gala, por ejemplo la alianza con la agencia Sunway y WestJet permitirá una afluencia positiva de conectividad aérea y que busquemos otros mercados, atender al mercado nacional, atender al mercado canadiense para que si en un momento dado esta demanda de turismo de Estados Unidos no responde, podamos acudir a mercados alternativos que ya han respondido con gran confianza y fidelización hacia el destino como lo es Canadá y México.

Y bueno finalmente pues hablar un poco de lo que sucedió en Gala, no esto que les he mencionado, esta gran alianza entre WestJet y Sunway nos habla de una perspectiva de Canadá, tiene interés en trabajar con Puerto Vallarta de una manera más activa, esta conectividad nos va a beneficiar que estos asientos vengan a Puerto Vallarta y ya iniciarán los viajes de familiarización de los turoperadores y agencias de viajes que estarán viniendo a la ciudad a partir del mes de mayo y hasta septiembre para conocer el destino y para conocer pues tanto el producto turístico, hospedaje y todos los servicios que ofrece nuestra ciudad. Por otro lado también el Canadá inicia con estos viajes de familiarización, ya algunos hoteles están colaborando en ofrecer hospedajes gratuitos para atender a estos agentes de viajes de Canadá y que puedan pues llevarse una mejor experiencia de primera mano de lo que ofrece el destino y de la hotelería que está disponible para poder realizar estos acuerdos. Bueno pues en Tianguis Turístico también por ahí estuvimos presentes, hay una gran presencia de Jalisco, todos los prestadores, hubo cerca de 30 participantes en el stand, donde se llevaron citas activas, hoteles como Buenaventura, Mio, Villa Premier, Vamar, también estuvo Casa Carmen, Delfin, Canopy River, hubo un gran cierre de por parte de la hotelería que ahí estuvo representada y pues que también comentó que este cuatrimestre realmente fue un cuatrimestre positivo para Puerto Vallarta y que pues esperamos que en los siguientes meses logremos concluir con buenos resultados el 2025.

Este es un resumen de actividades, muy generales de la dirección, del nuevo número de eventos turísticos que se han apoyado hasta el momento, que han sido 40, haremos ahorita que baja el pico de ocupación para tener dos o tres activaciones más durante el año, un total de tres talleres, uno próximo a realizarse por nuestra subdirectora Lorena Beltrán, que también estará realizando por ahí algunos talleres a lo largo del año, hemos participado también a través de actividades turísticas guiadas sin ningún costo para el turista, hemos atendido hasta ahora 1,020 turistas con una free walking tour que ofrecemos desde la oficina del centro aquí en la dirección de turismo. Promoción de temporada baja, acciones



específicas, colaborar con gran ánimo en la campaña de CONCANACO, que es la gran escapada, donde nos invita a todos los prestadores a sumarnos y a registrarnos a través de la plataforma. Nos gustaría por ahí que nos hicieran algún comentario CONCANACO de cómo participar, hay un registro muy sencillo en línea y que queremos extender esa invitación a todo el sector turístico de Puerto Vallarta. Hasta ahora hemos atendido en los tres centros 584 turistas en el centro, 120 en la oficina de mina y en Lázaro Cárdenas que abrió hace dos meses un total de 150 turistas, dando también atención a la zona romántica. Estos son algunos indicadores de rendimiento con los que estaremos presentando un informe detallado una vez que concluya este año, algunos indicadores de rendimiento y de gestión y que allá habrá oportunidad regidora de presentar un programa extenso y detallado de nuestra participación y de cómo lo lograremos. Esperemos que dentro del Consejo Consultivo de Turismo todas las ideas estén integradas, no, todo el sector transportista, concierge, agentes de viajes, el sector hotelero por supuesto, el restaurantero y todos los prestadores de servicios podamos abonar a crear este programa detallado que integra la visión general de todo el destino y bueno aquí a grandes rasgos tengo la primera parte que los indicadores de rendimiento y gestión que presentaremos, por otro lado el impacto del destino y cómo lo vamos a medir. Lo tercero pues las acciones y campañas en promoción y marketing que pueda proponer la propia dirección que estamos elaborando y también por la satisfacción que podamos concentrar de todos los actores locales, los stakeholders, que realmente esta dirección pueda articular a todos los organismos públicos y privados y que podamos de esa forma crear pues una sinergia que pueda permitir construir estas siglas y seguirlas construyendo, seguirlas elevando y que permita a nuestro destino pues ser el destino de clase mundial que somos. Y pues agradecer a todos su participación, abrir este espacio para dialogar a través de datos y escuchando las diferentes visiones del sector para nosotros es muy importante y esperemos pues construir estas estrategias informadas y conjuntas entre todos los actores que aquí estamos, les agradezco este espacio, agradezco y pues quedamos a la orden y en espera de cualquier duda o comentario que pudiera surgir.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias directora y para continuar también me gustaría, aquí tenemos el honor de tener al Gerente comercial de la ASIPONA, si también nos pudiera hacer el honor de podernos compartir esas cifras de cómo venimos y si me ayudas a proyectarlas, ¿las tienes ya listas para proyectarlas?

Lic. Miguel Ángel Maya Álvarez, Gerente Comercial de ASIPONA, en representación del Almirante retirado Juan Ortiz Guarneros, Invitado.- Bueno pues muy buenas tardes ya, a nombre del Almirante Juan Ortiz Guarneros, te manda saludos, se agradece la invitación y de igual forma se excusa por no poder venir por temas laborales. Creo que la aportación que podemos hacer es que al inicio del año sí estábamos preocupados, había un anuncio de un cobro de un derecho de internación por 42 dólares que nos preocupaba, las líneas de cruceros lo habían manifestado. Decirles que, en el pasado evento celebrado en abril, el Sea Trade, se tuvieron reuniones con las líneas de cruceros y después de un trabajo muy intenso con turismo, tanto federal como estatales, se logró una reducción a 21 dólares, el derecho de internación y una aplicación gradual.

Podemos decir que por parte de las líneas de cruceros ya aceptaron y entonces ya no hay una preocupación seria por cortes serios de arribo de cruceros, eso nos da mucha tranquilidad. Por otro lado, también comentar que en ocasiones se nos pregunta cuántos cruceros vienen, pero compartirles que a veces no es el número de cruceros, sino la capacidad de pasajeros. El año pasado terminamos con cuatro cruceros menos, pero tuvimos más capacidad de cruceristas.

Entonces, ahorita aunque llevamos también menos cruceros, pero nos estamos manteniendo los resultados que estamos esperando, estamos logrando las metas. Estamos trabajando muy de la mano con FIDETUR, al cuál agradecemos, sobre todo para la realización de eventos, congresos, convenciones que se han venido realizando y quizá no tiene que ver tanto con la cuestión marítima, pero sí con la cuestión de promoción del Puerto. Hemos reconocido que somos una comunidad, trabajar con los cesionarios como Puerto Mágico y todos los demás es para nosotros importante, porque eso nos fortalece y podemos ofrecer mejores servicios a los cruceristas. Y de lo mismo es bien importante que se aumente la oferta turística del destino, porque eso va a hacer que los cruceristas no siempre encuentren lo





mismo, sino vayan encontrando nuevas opciones. Y sí, definitivamente ahí los encargados del turismo tienen trabajo para desarrollar nuevas cosas, pero al momento puedo comentar que los resultados se están obteniendo. Aquí podemos... no se ve en la parte... en abril tuvimos afortunadamente tres arribos triples que se llevaron con éxito, sin ninguna novedad. Podemos decir que en el primer arribo de los cruceros Sundance, Navigator y el Carnival, transportaron nueve mil 807 pasajeros, sólo pasajeros, más aparte los tripulantes, que en resumen sí fue un buen ingreso tanto para la entidad como para el Ayuntamiento, bueno, el municipio. Y el segundo arribo triple también del Eurodam, Coral Princess y el Discovery Princess, también nos arrojaron un arribo de siete mil 727 cruceristas, que igual se traduce pues en una fuente de ingresos. Finalmente, sobre los datos de Semana Santa del turismo local, podemos decir que en la Semana Santa se recibieron 19 mil 726 visitantes o pasajeros en 800... en 894 recorridos. Y en la Semana Pascua, que fue posteriormente, fueron 13 mil 203 pasajeros con 705 recorridos. Estamos hablando de alrededor de 33 mil pasajeros recibidos y que se les dio servicio en esa temporada. Es lo que podemos comentar, no sé si hay alguna duda, algún comentario, pues con gusto estamos atentos.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias, licenciado Miguel Ángel. Pues la verdad es grato escuchar estos números, verdad, es un grato, ya que en Puerto Vallarta vivimos del turismo, verdad, y trabajamos para el turismo. Yo quiero agradecer a cada una de las dependencias, gracias también a Fidecomiso, porque ha venido trabajando arduamente para fortalecer la promoción del turismo y cada uno de los que estamos aquí. Creo que cada uno de los que estamos aquí tenemos aportaciones valiosas, porque tenemos un mismo fin, que es que a Puerto Vallarta le vaya bien, ¿verdad?, y si a Vallarta le va bien, nos va bien a todos. Y en la finalidad de estar aquí reunidos cada uno de los presentes, gracias por sus aportaciones, directora, son muy enriquecedoras.

Me quedo con esas cuatro satisfacciones que comentó al final, creo que es de suma importancia y sobre todo también que ustedes nos ayuden a comunicar todo lo que se viene haciendo por parte de las dependencias, ¿verdad?, que los primeros promotores seamos nosotros mismos y bajarlo con toda la gente que tenemos a nuestro alrededor y a través de nuestras redes sociales.

7. INFORME POR PARTE DEL SECTOR EMPRESARIAL DEL PERIODO VACACIONAL DE SEMANA SANTA PASCUA.-----

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Ok, y pues bueno, como punto número 7, que es el informe por parte del sector empresarial del periodo vacacional Semana Santa y de Pascua, ¿alguien le gustaría hacer alguna aportación? Favor de levantar la mano y los voy a ir anotando. ¿Con quién comenzamos? ¿Alguien más? ¿También tú, Carlo Iván? ¿Alguien más que quiera aportar? ¿Y después de Javier, alguien más? Muy bien, comenzamos. Adelante, Francisco.

Francisco Gabriel Vizcaíno Rendón, Presidente del Consejo Directivo de COPARMEX, Invitado.- Gracias, Marcia. Gracias por generar el espacio, ya habíamos platicado previamente de que es importante reunirnos para poder compartir números, cifras, gracias por la información que nos proporcionaron.

Sí fue una temporada un poco diferente a la que estamos acostumbrados aquí en Puerto Vallarta, hubo voces que nos llamaron y tuvimos a hacer un sondeo con amigos, con colegas del centro, de la Zona Romántica y ya son los números que presentamos, que si hacemos un promedio general quedamos básicamente en el 75-80 por ciento, pero también hay que considerar que hay que hacer una reestructuración, las propuestas están muy buenas y traemos también propuestas muy parecidas, lo que estamos aquí promoviendo es trabajar en conjunto, que nos permitan apoyarlos como centros empresariales a sumar los proyectos, establecer los objetivos y a su vez el plan de acción para poder ejecutar. El presidente municipal, Luis, fue muy enfático en campaña y en el plan de protesta y en algunos otros eventos, de que hay que no rescatar sino reestructurar el tema de la estacionalidad y dejar de tener esa temporada baja, en la que muchos hoteleros, micro y pequeño, están dispuestos a trabajar y colaborar en estrategias, en ideas, cuesta mucho trabajo el cambio de pensamiento en el hotelero tradicional, le cuesta



trabajo participar en ese tipo de reuniones, sin embargo, está la voluntad de querer mejorar, ya se dieron cuenta que la estación si nos beneficia bastante, los números están perfectísimos, la parte del canadiense y estadounidense que nos visita desde octubre a marzo, sí estuvo, mejoró bastante y lo hemos dialogado con la prensa durante los últimos meses, sin embargo, si fue una caída algo relativa y también en percepción y en el consumismo local, que lo pudimos ver en el andar, en el caminar, con los amigos, con los vecinos, cómo estaban sus restaurantes solos, caminadas por cuales y no estaba ese tumulto de personas en el malecón, como estamos acostumbrados. Entonces, si hemos sido críticos, lo acepto, pero no se puede hacer una crítica hablar por hablar, cuando mi persona, cuando COPARMEX lo haga, lo vamos a hacer con propuestas y lo que queremos es presentar propuestas y trabajar en conjunto.

No está nada disparado de lo que acabas de proponer, hay propuestas ciudadanas, tuvimos la oportunidad de trabajar en un proyecto de mercados que es muy bueno, muy viable, nos falta obviamente darte una propuesta económica, pero la tenemos desarrollada con encuesta, participamos junto con chavos de CONALEP en encuestar los mercados, es una oportunidad que podemos rescatar para que también ellos puedan gozar de la diversidad turística. Si están los eventos de los walking, los tours que cobran, pero hay que rescatar esa parte de nosotros. No ponemos en tela de juicio la promoción, cómo se está manejando, sin embargo proponemos rescatar o crear oficinas de enlaces en ciudades del Bajío y ciudades importantes del norte y sur del país, generar esos hermanamientos locales a nivel nacional principalmente, atraer nuevamente a ese sector como León, como Aguascalientes, como Querétaro, que son mercados leales a Puerto Vallarta, sin embargo en el preguntar a los clientes, a los mismos hoteleros, cuáles son algunas de las causas, yo sé que va a ser muy arriesgado lo que voy a decir, pero el turista percibe a Puerto Vallarta caro y yo siempre como hotelero les comento al turista, dejen la oportunidad de probar la gastronomía de Puerto Vallarta, porque realmente es más cara una ciudad de México, Querétaro y Guadalajara que Puerto Vallarta, pero soy uno solo con una limitación de 88 turistas en mi hotel, si todos en unidad hacemos una promoción en conjunto hay que cambiar esa percepción de Puerto Vallarta, tan solo recordemos cómo estaban los medios de comunicación al cierre del año, a inicio de enero, Puerto Vallarta el destino más caro, Puerto Vallarta las rentas vacacionales y ese tipo de percepción es la que tiene el turista y tenemos que trabajar en conjunto en una estrategia para mitigar ese impacto que tiene. De COPARMEX tenemos la apertura para trabajar en conjunto, hay profesionales que se están sumando, que conocen la causa, que conocen al turista, estamos profesionales que vivimos del turismo y que comprendemos sus necesidades y aparte existen nuevas tendencias que debemos de adoptar, el turismo sostenible es más exigente cada vez más, nos pide cambiar radicalmente nuestra forma de pensar, nuestra forma de ofrecer nuestros servicios. A mí me pasa, yo me jacto de 15 años en hotelería, aquí en Puerto Vallarta y desde mi nacimiento viviendo en hoteles, Marta, yo creo que a tu mismo caso somos hijos de hoteles y nacidos en hoteles y nos ha tocado ver cómo ha evolucionado y cómo nos exige ahora el nuevo mercado, qué estás haciendo tú como hotelero para cambiar la comunidad, para cambiar el medio ambiente y son prácticas que debemos adoptar y considero que en conjunto podemos armar una estrategia de sostenibilidad. Tenemos un asociado en Cozumel, están trabajando con un proyecto de hoteles sostenibles, han dado resultados y han tenido beneficios, entonces podemos tener proyectos a Puerto Vallarta que en la primera instancia no nos van a costar, pero si nos van a generar bastante beneficio y de antemano gracias por el espacio y estamos para colaborar y para sumar por Puerto Vallarta.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias por sus aportaciones, son muy valiosas y también aportan mucho. Ahora me gustaría que le diéramos el uso de la voz a Martha Parra por parte de CANIRAC, adelante.

Marta Leticia Parra Vargas, Presidenta de CANIRAC, Delegación Puerto Vallarta, Invitada.- Buenas tardes, pues gracias por la invitación y pues estoy honrada de estar aquí con tantas personalidades importantes y sobre todo pues lo que decía Francisco, sumarnos, trabajar en equipo, creo que tú lo dijiste muy ciertamente, si le va bien a Vallarta nos va bien a todos y ese es el objetivo.



**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

Yo quisiera aportar un poquito, nosotros en CANIRAC, igual como dijo Francisco, hicimos encuestas para ver cómo estábamos, la prensa nos estaba pidiendo información, no teníamos encuestas, no queríamos hablar, pues así como sacar la información de la manga, sacamos, si no fue la temporada que esperábamos, creo y me sumo en lo que dijo la licenciada Alejandra Cornejo, si comparamos un 2024, pero también un 2024 fue muy diferente al 2025, hablando como restaurante, pues nosotros, no quiero dar una clase aquí, pero hace un ratito Ale explicaba el porcentaje de turismo que nos llega nacional y el internacional y el internacional es una temporada y era aproximadamente un 30% como para cerrar este número, 30-35 y un 65% nacional, entonces si nuestro mercado nacional es mayor, la economía está complicada ahorita, estamos viviendo una situación que pues inédita, así como fue la pandemia, entonces y la temporada ahora Santa y Pascua, fue la última, perdón, creo que fue la segunda y tercera semana o la tercera y la cuarta semana de abril y se juntó con el puente de verano, el puente de primero de mayo al 5 de mayo y luego está el Día de las Madres, para nosotros como restauranteros, bueno CANIRAC, voy a hablar como CANIRAC, pues obviamente si nos pega, la gente paga un hospedaje que a lo mejor en hospedaje no es tanto, pero ya lo tienes, pero el salir a consumir, si es un extra y a veces dicen, pues cocino si tiene, si es una suite o tiene cocineta o salgo menos, entonces en el caso de nosotros sí, si nos bajó, si nos pegó, creo que algo importante es evaluar, para mí como Cámara me quedó muy claro, evaluar el calendario, evaluar las fechas, si se están juntando como este tipo de las vacaciones junto con un puente y con un 10 de mayo, que es la fecha más importante para nosotros, porque todo mundo sale a consumir, pues evaluar y ver de qué manera podemos trabajar como Cámara y también promover, yo creo que evaluar para mí sería como una de las propuestas, evaluar, ver de qué manera podemos también contribuir, ahorita está el Festival Azteca del Maestro Tony, del Ballet Azteca y es un encuentro internacional, que creo que este tipo de eventos viene a posicionar a Vallarta también a nivel cultural, entonces creo que hacer eventos culturales, la capacitación definitivamente, no soltarnos, las experiencias, el turista que viene y vive una experiencia, una buena experiencia, regresa y nos recomienda y fortalecer definitivamente Estados Unidos, Canadá y por supuesto México, tenemos muy buenos destinos, Guadalajara está aquí cerca y el poder adquisitivo de muchas ciudades de la República, es el que nosotros necesitamos también, es el mercado al que le debemos de apostar. Bueno, es mi aportación, pues muchas gracias y entrego el micrófono.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias, definitivamente yo creo que siempre hay que evolucionar, verdad, y creo que parte de esta evolución es saber en qué nos vamos a enfocar y qué mejor que lo hagamos en conjunto, verdad, coincido completamente que a lo mejor por todas las cosas que están habiendo internacionalmente, podemos enfocarnos en el sector nacional, verdad. Muchas gracias. Adelante, Carlo Iván, por parte de CANACO.

Carlo Iván Pérez Gómez, Director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, Invitado.- Buenos días, tardes. Gracias, gracias regidora por la invitación, a todos los regidores muchísimas gracias y a todos los representantes de todos los sectores, de verdad que, como lo dijo la presidenta de CANIRAC, es un honor y un placer poder contribuir. Lo que vamos a comentar, tratamos de proponer y de crear porque, pues aquí nacimos, somos vallartenses y de cualquier forma nos interesa mucho que esto prospere. No creo que fue, no fue la mejor temporada de Semana Santa. El que llegue buen turismo al aeropuerto y a la terminal marítima, pues no significa que se hospeden aquí, inclusive la mayoría brincó para Bahía de Banderas. Es importantísimo arrojar los números, porque bien dijo la Presidenta, si analizamos una estrategia de dónde estamos pisados, nos va a permitir generar una estrategia mucho mejor. Los números que arroja tanto la Gerencia como la Directora de Turismo son maravillosos, nos dan la certeza de que no estamos tan perdidos, pero los datos dentro de la Consejería que tengo a nivel nacional en CONCANACO me dicen que el 47% del turismo nacional viene para Bahía de Banderas y Puerto Vallarta. Esto nos toma el compromiso de poder optimizar muchas cosas. Yo voy a darles algunas propuestas regidoras, si los toman a bien, ya estamos tomando iniciativa por parte de las cámaras a nivel nacional, a nivel estado y a nivel regional, y ojalá empaten con el gobierno. Aquí lo importante es que tal vez estamos en la visión de poder unir esfuerzos, quitando protagonismos



para que el barco se pueda enderezar, no le dejemos toda la carga a Vallarta sólo por su hermoso, paradisíaco puerto, sus playas, su clima. Yo creo que tenemos que tener el nivel de gobierno y el nivel de representantes que la ciudad demanda para poder enderezar el barco, sí, sí es preocupante, sí, regidora. Yo creo que sí es importante, ¿por qué?, porque esto fue la primera alerta que tenemos de lo que se puede venir si no mejoramos, ¿por qué?, porque el vecino municipio está haciendo bien las cosas y hay que arroparnos entre los dos municipios, y es importante que esto no ofenda susceptibilidades y simplemente sea un llamado que hagamos para poder hacer de esto algo mejor. Nosotros sentimos, y lo digo, hablen con quien tengan que hablar, pero no fue la misma activación económica de las empresas que se hacía anteriormente en Semana Santa, hay un hostigamiento vial a los turistas, se tienen que evaluar todas esas formas para que pueda Vallarta tener otro enfoque como lo tenía antes, ahorita hacer un evento en Vallarta le cuesta y en Bahía de Banderas le aportan el gobierno, la visión es diferente, esto va a permitir que todos estén migrando hacia aquel lado, me doy cuenta, estoy en la Cámara de Comercio de Bahía, acabo de hacer un evento de motocross, no nos costó, el gobierno lo pagó, voy a hacer el Congreso de Impulso al Fortalecimiento al Comercio en Pequeño, que debiera de hacerlo aquí en Vallarta, porque en Nayarit no hay CANACOPE, y va a costar un millón 500 mil pesos y ya lo pagó el ayuntamiento. Entonces, esa visión diferente nos permite que todos los empresarios a nivel nacional van a correr para otros rumbos, el turismo sí llegó, el turismo no salió, hay que dárselo una evaluación al todo incluido, qué tanto beneficio tiene, nosotros lejos de evaluar nos fuimos a ver qué pasaba dentro de un todo incluido y la verdad que te dan todo, no te dan ganas de salir, aunado que la ciudad es carita, pues eso permite que tenemos que utilizar una estrategia diferente que permita que haya una derrama económica para todo el municipio y tratar de blindar a los prestadores de servicios turísticos para que innoven, la única empresa que sigue teniendo la punta es Vallarta Adventure, de ahí en más los demás prestadores de servicios tienen que innovar, los mismos turismos de los 90, los prestadores de servicios son los mismos de ahora, lo sigo insistiendo, ojalá y no se me vaya a molestar nadie.

Esto representa que tiene que haber apoyo e inversión para tener mayor calidad y mejores ofertas turísticas que no permita que a los que ya nos visitaron vuelvan a pasearse en el mismo tour. Bueno, voy a decir, esos son los puntos negativos en los que tendríamos que trabajar en coordinación. Propuestas turísticas, me voy a poner mi lentito, regidora, a ver, nosotros ya estamos haciendo la creación del Famtrip turístico entre cámaras de comercio, esto tiene que potencializar y la idea es que se fortalezca Vallarta, le llamamos turismo entre cámaras y es una iniciativa de CANACOPE Puerto Vallarta, ya se promovió a nivel nacional con CONCANACO, aprovecho que está mi vicepresidente nacional de CONCANACO aquí, nos va a hablar ahorita de la Gran Escapada, director, para eso lo trajimos, pero ya estamos, esto nos va a poder potencializar porque vamos a hacer los hermanamientos o los intercambios en materia camaral y empresarial, que es importante para que si ahorita mandamos un mensaje como destino turístico, yo creo que ahorita el mundo global turístico nos pide otro tipo de ofertas y si tenemos la montaña y tenemos a tres Pueblos Mágicos, tenemos a Costa Alegre, tenemos a Compostela, a Sayulita, tenemos que mandar un mensaje global de todo lo que entona el destino de playa y los pueblos mágicos, así daremos una oferta diferente, porque si el promedio de día son tres, pues lo podemos alargar a cinco, a seis días el promedio de personas, ahí teníamos que basar la estrategia, los números que nos están arrojando para poder hacer de esto algo más divertido, hay que darle las condiciones, porque los pueblos mágicos no son destinos finales, son destinos de un día, pero hay que arroparlos, por eso estamos creando, regidora, el primer foro regional de turismo global, que se va a hacer aquí en Puerto Vallarta donde vamos a convocar a Compostela, Bahía de Banderas, Talpa, Mascota, San Sebastián, Costa Alegre, de toda esa región para hacer la primera estrategia en equipo y ojalá participen los gobiernos para que esto se convierta en un método enriquecedor, donde tenemos el único fin de mandar un modelo internacional de toda una zona geográfica, el turismo regional y eso nos va a permitir, pues tenemos el aeropuerto, tenemos la terminal marítima, pues tener el sartén por el mango, pues si ya tenemos las condiciones, hay que arroparlos para que no se sientan excluidos de este proyecto turístico.

Otro punto importante, este proyecto pues es a nivel nacional, ya me reuní con el Senado, traemos la intención de crear un recorrido turístico entre Mazatlán y Acapulco, donde fortalezca a Bahía de Banderas y Puerto Vallarta, lo digo





abiertamente, aunque suene una locura, un tren turístico, estamos promoviendo un tren desde Mazatlán hasta Acapulco y tiene que hacer, no es un tren de transportación, es un tren turístico, como un recorrido turístico, ya me entrevisté con la alcaldesa, ya hemos estado evaluando, yo creo que estas propuestas, aunque al principio las tomaron como locura, ya las van arrojando y aquí depende de las gestiones que hagamos y del intercambio de ideas, la visión ya está dada, esto tal vez no se dé en mí, sea en las siguientes generaciones, pero esta propuesta se va a cumplir, se va a crear un tren turístico que hermane a toda esta costa del Pacífico, tenemos la montaña, ya lo visualizamos, inclusive ya lo recorrimos, el proyecto está sustentable y ojalá me permita, regidora, presentarle el proyecto por escrito, que ya lo presentamos al Senado y esto se viene en plan grande y lo mismo, haremos la primera mesa de trabajo con los alcaldes, con los gobiernos del estado y con las cámaras de comercio, aprovechando que bueno, ahorita el presidente nacional de CONCANACO, Octavio de la Torre, que le mando un saludo, me acaba de nombrar vicepresidente nacional para la coordinación de Nayarit, esto me va a permitir, regidora, de cualquier manera poder vincular a Puerto Vallarta. Me siento comprometido y gracias por la invitación, traigo más propuestas, si no les incomoda, tenemos un viaje de intercambio a China, esto lo haremos, está invitado Vicente y todos, haremos un viaje de intercambio a China, hay cinco ciudades que ya a través de CONCANACO pudimos correlacionar y están muy interesados en Vallarta y en Bahía de Banderas, ellos quieren hacer propuestas, no solamente intercambios comerciales, no vamos por eso, vamos intercambios turísticos. Otro punto muy importante, ya hice convenio de colaboración con la DERSE, con el gobierno del estado, para que a través de las cámaras de comercio podamos capacitar a los niños en materia turística, regidora, hay que enseñarles lo que es ser un anfitrión, hay que enseñarles el valor del cuidado al turista, la calidad al servicio, no podemos solamente capacitar en la fuente laboral, vámonos por los niños y si ya hice convenio de colaboración sin costo la cámara a través de los aliados empresariales, vamos a incitar a la niñez a que aprendan a promover ese tipo de turismo.

Y por último, pues bueno, decirles que es importante que Vallarta se segmente también sin afectar a otra segmentación, como un turismo familiar, regidora, siga insistiendo, vean el fruto, si el fruto no es bueno hay que cambiar la estrategia, es importante que evalúen a dónde se está etiquetando los presupuestos, a qué segmentación se sigue etiquetando y revalorar si vale la pena solamente segmentarlo a una sola zona o lo abrimos. Apostarle regidor al turismo familiar nos permite que las siguientes generaciones nos sigan visitando, ese es un proyecto turístico inteligente que lo están desarrollando pueblos mágicos y todo y no puede ser posible que tengamos la oportunidad de tener estas condiciones y no arrojemos a la familia, no hubo eventos para familia, no hay nada de actividades que fortalezca la familia en Puerto Vallarta y eso tenemos que arrojárselo, no estamos en contra de nadie, pero hago un llamado a todos y les digo, hey, la familia es la mejor generadora de ingresos y hay que arrojarla con eventos que tengan que ver con la segmentación de ellos, esa es mi participación, tengo más, pero ya con eso, perdón vicepresidente, gracias, bienvenido, ¿me permiten para que hable de la gran escapada nacional?

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, anotamos una lista con el orden y ya está anotado él y ahorita seguiría después de, perdón, sigue Vicente Aguilar, adelante y las aportaciones, me quedo con el tema de las capacitaciones que es muy fundamental, que creo que ya viene también en su plan de trabajo, ¿verdad directora? esa parte de las capacitaciones y el turismo familiar, pues creo que también se viene manejando como tal en ello y claro que sí, pues una familia mínimo son cinco personas, pero creo que ya todo eso también se está abordando, ¿verdad? Ok, continuamos con Vicente Aguilar de Puerto Mágico, adelante.

Vicente Aguilar Sosa, Presidente de Puerto Mágico, Invitado.- Muchas gracias, buenas tardes a todos, un gusto compartir con ustedes este momento y bueno lo que he estado escuchando el común denominador es el trabajo en equipo y la unidad y creo que debe ser nuestra prioridad eso, trabajar en equipo, ver a futuro, también escuchaba a Martha que conoce a Francisco desde pequeños, me pasa lo mismo con el regidor Arnulfo, que nos conocemos de hace ya varios kilos, ¿verdad



amigo? hace varios kilos, entonces ¿qué es lo que sucede? sucede de que tenemos que construir algo a largo plazo con una visión firme, pensando en que mañana pasado, digo yo honestamente nunca me imaginé que el día de hoy iba a estar compartiendo una mesa de trabajo de esta índole de turismo con mi amigo Arnulfo y fue hace 40 años que nos conocemos y llegamos a este lugar juntos, ¿qué quiero decirte con esto? que mañana pasado nuestros hijos van a estar compartiendo estas mesas de trabajo, dejemos algo sólido, algo que nos permita construir un futuro bonito para nuestros hijos, que tengan un futuro mejor, claro no dejarles todo ya resuelto, pero esta parte dentro de la evolución misma que está dando el turismo, mañana pasado va a haber otros retos que enfrentar y esos retos ellos van a aprender cómo enfrentarlos, para esto otro punto muy importante que han estado comentando es el tema de la capacitación, la capacitación va a estar, es constante, no podemos cruzarnos de brazos y decir ya sabemos todo, porque cuando hacemos eso el contrincante se nos adelanta, ¿y qué pasa con esto? miren hay algo muy sencillito justamente que tiene que ver con la estadía del turista en Puerto Vallarta, donde a veces en los diferentes sectores no capacitamos a nuestro personal de la forma adecuada y etiquetamos en una plática con nuestro colaborador, etiquetamos con que debemos de atender mejor o no tan bien algún sector, es decir, si es del crucero atiéndelo muy bien porque esos cuates gastan 80 dólares en promedio, ese cuate ponle la alfombra roja y que el cuate es una estrella, pero si viene alguien que llegó en un taxi de los amarillos y viene con familia, ese hazlo a un ladito porque ese no consume casi y va a gastar muy poco, o si es de tiempo compartido menos, o si es de todo incluido peor todavía porque ese cuate a la una y media se va a comer a su hotel, entonces ¿qué es lo que hacemos? Que empezamos a etiquetar y ponemos a nuestro colaborador en una visión diferente a la que debe ser, una visión de construir, de hacer que la experiencia de este turista sea mejor y que así a su vez este turista regresara a su país con sus amigos, con sus familiares, aquí podemos decir muchísimas cosas, pero la realidad es que la mejor publicidad que existe es la que van a hacer ellos cuando regresan a su lugar de origen. Entonces, yo los quiero invitar, una, no es a una fiesta, es a la capacitación, dos, a dar esa capacitación de una forma apropiada, sin hacer distinguos del turista de que se trate, trátalos a todos de la misma manera, siempre buscando superar las expectativas, y otra cosa más, el turismo nacional, que sufre muchísimo este tipo de etiquetas, llega el turismo nacional a un restaurante y no lo tratamos de la misma manera como el turismo extranjero, entonces si estamos viendo la estadística de turismo nacional, es una estadística bastante alta y nos debe llamar la atención eso porque estamos quizás sacudiendo el nidito que nos está ayudando para establecer esto y llevar una economía a nuestras casas. Creo que con eso será mi participación, les agradezco mucho la invitación, Regidora, gracias, gracias, saludos a los regidores, regidoras, gracias, buen día a todos.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias por su aportación y continuamos con Javier Zepeda de CONCANACO, adelante por favor.

Javier Zepeda Orozco, Vicepresidente Nacional de CONCANACO, Invitado.-

Regidores y a todos los asistentes, muchísimo gusto de estar aquí con ustedes. La pregunta que quisiera hacerles más allá a los que forman parte del gobierno, es para todos los demás, los del gobierno no se vale, ¿qué es la gran escapada?, ¿alguien sabe?, ¿cuántos?, levante la mano los que fuera de gobierno sepan lo que es la gran escapada. Y los de gobierno, levante la mano los que sí sepan lo que es la gran escapada. No sé si se dieron cuenta que un promedio solamente de cinco personas, creo que de 50 que estamos aquí, conoce lo que es la gran escapada. Quiero ahondar un poco sobre este tema porque es algo que a todos nos conviene. Hay que, y perdón que en ocasiones a mí me encantó la emoción y la pasión con la que Carlo Iván expresa sus ideas y sobre esa misma emoción y pasión creo que todos deberíamos de compartir la forma en cómo ejecutamos. Las buenas ideas hay que compartirlas y no se trata de copiar o de replicar, sino si hay algo que está funcionando bien pues porque no lo podemos adoptar y adaptar a nuestras necesidades. En enero de este año, como cada año, se celebra la Feria Internacional de Turismo en España, en Madrid, de hecho es el evento más importante en todo el año de Madrid, en todo el año. Y es la Feria Internacional de Turismo que marca la pauta de hacia dónde y cómo se va a comercializar las ofertas turísticas en el



mundo. Y ahí estuvo presente tanto nuestro gobernador, Pablo Lemus, estuvo Luis Munguía, Vicente, Marcia, varios estuvimos presentes allá en Madrid, en España. Y nace esta idea de la gran escapada, de una gran idea que se está ejecutando en otro lugar. Y esta idea, por parte de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, y me voy a permitir presentar un poco qué es la confederación. La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo es el organismo más antiguo y que representa legítimamente los intereses del sector terciario, los comerciantes, los prestadores de servicio y los turistas. Cualquiera que esté en ese rubro son representados por la confederación y está a su vez por las diferentes cámaras de comercio distribuidas en todo el país. Y en promedio son 5.2 millones de unidades económicas las que se representan legítimamente y de consulta obligada. ¿Qué quiere decir esto? Que cualquier modificación que tanto un gobierno municipal, estatal o federal quiera integrar cambios regulatorios, primero tiene que pasar por consulta a la confederación si es que atenta contra los intereses directa o indirectamente del sector que representamos. Dicho esto, La Gran Escapada nace como una iniciativa de la confederación que se trabaja con la Secretaría de Turismo Federal y se trabaja con la Secretaría de Turismo, Josefina Rodríguez, en donde hace unos días se da a conocer de manera oficial a nivel nacional lo que es La Gran Escapada. Y La Gran Escapada no es otra cosa más que la contraparte del buen fin. Lo que celebramos cada año, el fin de semana más barato del año, en donde las empresas y las marcas dan sus descuentos, sus promociones, a través de que se inscribe para poder tener el derecho de utilizar la marca del buen fin y poder ofertar sus productos y servicios a través de las diferentes cadenas de autoservicio, departamentales, etcétera, etcétera. Esto es La Gran Escapada pero para el sector turismo. En términos generales, el fin de semana más barato para comprar paquetes vacacionales y servicios turísticos. Del 30 de mayo al 1 de junio. O sea, estamos a unos días. 30, 31 de mayo y 1 de junio la gente puede acceder a beneficios y descuentos exclusivos que van a ofertar la gran mayoría de las diferentes marcas de hoteles, prestado de servicio, paquetes vacacionales, etcétera, etcétera. No es indispensable que la gente vacacione en esos tres días. Lo que se les pide es que durante esos tres días compren y aprovechen el beneficio del descuento o de los beneficios que les van a entregar, para que puedan vacacionar en otro momento. ¿Qué quiere decir esto? Por lógica, que tenemos una inmejorable oportunidad para entre todos, aquí en Vallarta, hacer bola, hacer ruido, lanzar la promoción, difundir todas las ofertas y que la gente sepa que del 30 de mayo al 1 de junio puede comprar un paquete vacacional, puede reservar, puede adquirir un paquete turístico y poderlo utilizar en algún otro momento. Es la primera edición y es nuestra responsabilidad si estamos buscando el cómo generar mayores beneficios y mayor atracción turística y mayores turistas a la región de Vallarta, pues la primera responsabilidad que tenemos es salir de la caja y conocer un poco lo que está sucediendo allá afuera. Y si nos dedicamos al sector turismo, pues entonces mi lógica me diría que por lo menos tengo que estar monitoreando lo que desde la Secretaría Federal, en este caso la Secretaría de Turismo, está difundiendo, promocionando, promoviendo para ver cómo me cuelgo de esos beneficios. Y esto no es algo que lo diga Javier Zepeda, ni Carlo Iván, ni los regidores, es algo que está ahí como beneficio para todos ustedes, entonces, quizás la mejor recomendación que yo podría hacer es que saliendo de esta sesión, muy bien hecha, ya entre todos se pusieran de acuerdo para ver cómo van a promover de manera masiva, porque estamos a 7 de mayo, faltan 27 días para que empiece el mejor fin de semana o el más barato, a nivel de la posibilidad de las compras de los paquetes turísticos, vacaciones, etcétera. Esto es parte, considero, dentro de las estrategias que se podrían impulsar. En muchas ocasiones todas las ideas que están generando están padrísimas, de hecho, se los digo, hace algunos años a los que somos de Guadalajara, nos costaba en promedio cuatro, cinco o hasta seis horas, dependiendo si no se nos atravesaba un tráiler, en las curvas de la carretera libre, nos costaba ese tiempo poder llegar a Vallarta. Hoy a mí solamente me toca invertirme dos horas, dos horas, 20 minutos para llegar de Guadalajara a Vallarta. O sea, creo que ahí tenemos un mecanismo fundamental de lo que podemos hacer. La generación de ideas que están mencionando están padrísimas y requieren no solamente el análisis, la estrategia y la ejecución adecuada para generar resultados a corto, mediano o largo plazo, como lo quieren ver, pero algo más corto que en este momento no tienen es el 30 de mayo. Entonces, mi propuesta es que podamos aprovechar lo que la Secretaría de Turismo, lo que la Confederación de Cámaras de Comercio a nivel nacional, están impulsando para



beneficio, particularmente hablando de uno de los destinos turísticos más importantes de todo este país. Se los digo viéndolo desde fuera y es la aportación, es corto. Exactamente, entonces, ya nada más como comercial, lagranescapada.com.mx, registrense, es gratuito, pongan sus ofertas, sus descuentos, sus promociones y den a conocer, difundan. Yo considero que una estrategia interesante sería que se pongan de acuerdo cómo van a promover, difundir a través de medios de comunicación, redes sociales, prensa, para que esto se difunda no solamente en Vallarta, sino en todo el occidente, Bajío y hasta donde quieran llegar, la Directa de Turismo. Gracias, Regidora.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, muchas gracias. Me quedo con esto de la escapada, así que nos tenemos que ir a escaparnos un ratito, ¿verdad? y a disfrutar de esto. Como el siguiente para aportarnos, Lupita Bayardi del Consejo Coordinador. Adelante, por favor.

Guadalupe Bayardi González, Presidenta del Consejo Coordinador de Vallarta y Bahía de Banderas, Invitada.- Gracias Regidora por la invitación. Antes que nada, felicidades a todos los regidores que integran la comisión, porque es muy importante que estén presentes en la misma. Gracias a la Directora de Turismo por su presentación y por el trabajo que ha hecho, al representante de ASIPONA, que también nos trajo toda la información, y obviamente también al licenciado Villaseñor del Fideicomiso. Creo que lo más importante en estos momentos es que trabajemos en conjunto y que trabajemos fuerte. El turismo es de las industrias más sensibles en el mundo y no se nos tiene que olvidar que desde hace siete años que el CPTM desapareció, hemos tenido que hacer mucho más con muchísimo menos. Tenemos un presupuesto en el que ya no está trabajando el presupuesto federal. A partir de ahí, nuestra forma de trabajar tiene que ser diferente. Se están suscitando muchos hechos alrededor del mundo, no nada más de México, de Estados Unidos, de Canadá, de Europa, etcétera, que le pegan al turismo. La industria es muy sensible y, desgraciadamente, nuestro país tiene un problema de inseguridad que no lo tiene Puerto Vallarta y que es algo que nosotros tenemos que aprovechar mucho en nuestra difusión, en nuestra promoción, etcétera, pero que muchas veces la gente escucha México y le da lo mismo si es Puerto Vallarta, Cancún o lo que sea. Tenemos que trabajar mucho en ese aspecto. Creo que tenemos que trabajar en conjunto en verdaderas mesas de trabajo, en lluvias de ideas, en cómo vamos a aterrizar, en qué vamos a hacer. Ya no tiene caso que sigamos hablando de la temporalidad porque creo que aquí todos la sufrimos, la vemos y la sabemos. Entonces, es cómo la vamos a tomar y qué podemos hacer lo más rápido posible. Yo difiero de Bahía de Banderas. Yo tengo un negocio en Bahía de Banderas y me bajó mucho en la temporada alta y en Semana Santa y en Semana de Pascua. Tenemos aquí otras dos personas de Bahía de Banderas que podrán confirmar lo que estoy diciendo. Creo que el tema no es que llegó mucha gente y se fueron para Bahía de Banderas. Yo creo que hay que hacer un análisis, que esto tendría que hacer un análisis a nivel nacional, que desde CANIRAC Nacional lo traemos hace muchos años, que es el All Inclusive. Es cómo le pega el All Inclusive a los destinos y no solamente está el tema en México, está en todo el mundo y en España, que fue donde empezó, ya lo están quitando, al revés que nosotros. Entonces, creo que ese es un tema que se tiene que analizar porque le pega a todos los prestadores de servicios turísticos, obviamente restaurantes, pero al mismo destino, al destino en sí, porque de repente ya al turista no le importa el pueblo al que está llegando ni lo alrededor, es solamente el precio y no salen a conocer, pues porque ahí tienen todo incluido, entonces muy poco salen a conocer. Este tendría que ser un tema de análisis profundo, de universidades, de la misma Secretaría de Turismo Estatal, pero también desde la Secretaría Federal. Creo que aquí lo bueno es que estamos presentes muchos que queremos trabajar por Puerto Vallarta, creo que tenemos que hacerlo, debemos de empezar a hacer, sí, muchas mesas de trabajo, aparte de las de informes, qué vamos a hacer, cómo podemos mejorar, de qué forma podemos participar todos para poder hacer que Puerto Vallarta, que es realmente lo que nos hace estar coincidentes en esta mesa, vaya mejorando y al decir Puerto Vallarta también me puedo referir a toda la bahía, si le va bien a Bahía de Banderas también le va bien a Vallarta, no se nos tiene que olvidar que si estamos hablando de una metropolización, pues tienen que empezar también por nosotros y no estamos peleados, lejos de eso tenemos que trabajar en





conjunto y en complemento, tendríamos que hacer estas mesas de trabajo también de repente con el Consejo de Turismo Municipal de Bahía de Banderas y ver de qué forma podemos ayudar para con todo este problema global y toda esta problemática y el problema que viene ahorita que se está dando con Estados Unidos, bueno, cómo si vamos con los canadienses, cómo si buscamos que el mercado canadiense, que por muchos años decíamos que era inferior, tiene unos años que ha estado empezando a cambiar, que están empezando a consumir más, entonces, cómo si podemos ir con líneas aéreas canadienses, con agencias de viajes, etcétera, pero creo que todos los que están aquí saben mucho de eso, creo que mucho podemos aportar algunos, entonces creo que lo principal y lo primordial es que trabajemos en conjunto y que hagamos mesas de trabajo eficaces a la brevedad y con un plan de trabajo exacto. Podríamos invitar a la prensa, estábamos platicando el otro día en una reunión el regidor Arnulfo y yo con Miguel Ángel Ocaña y les decíamos un focus group con la prensa, que la prensa también que vive el día a día afuera, que vive con los turistas, con los locales, que ven porque en este momento todo lo que tenemos que hacer todos es aportar y trabajar unidos en pro de Puerto Vallarta y olvidarnos un poquito de los números, más bien cómo podemos mejorar todos los números, pero sobre todo cómo podemos mejorar la visión que se tiene de Puerto Vallarta y cómo podemos llevar esa visión al resto del mundo. Gracias.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, me credo con la estrategia en unidad y también valorar el tema del todo incluido. Continuamos con Luis Villaseñor de Fidecomiso, adelante.

Luis Antonio Villaseñor Nolasco, Director de Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, Invitado.- Gracias, hola qué gusto saludar a todos y pues justamente sentarnos creo que es un momento de oportunidad lo que hemos estado compartiendo, la situación que ocurrió en Semana Santa. Pero no olvidar que, como bien dicen, el turismo es una actividad muy sensible porque es de ocio, no es primaria, entonces, pues eso nos complica más y nos tiene que volver a ser más competitivos y creativos, ¿no? Entonces, y que es una situación global, ¿no? No es algo, lo que estamos hablando aquí, no es algo exclusivo de Puerto Vallarta y por ese lado quiero empezar lo que hemos estado diciendo, ¿no? El tema de unidad, ¿no? O sea, estamos hablando que, pues, para que vaya bien a Puerto Vallarta, pues, tenemos que trabajar todos, cámaras, asociaciones, gobierno y, claro, que hay mucho talento, a ver, tenemos aquí a nuestra directora de turismo es hotelera, es empresaria, Francisco es hotelero y está en una cámara que, a lo mejor, no es la más preponderante porque es una ciudad turística y que, pues, bueno, que a lo mejor todo el quehacer se habla más del tema hotelero, sin embargo, pues, la cadena de valor es importante, pues, para que lleguen precios competitivos y precios de calidad, que lleguen a tiempo de una manera segura, ¿no? Entonces, todos somos importante que hablar del tema de los restaurantes, ¿no? Entonces, hay una gran necesidad de unidad y, obviamente, el talento lo tenemos, o sea, hay empresarios en nuestro, en el área de regidores de diferentes ámbitos, podemos hablar de turismo médico, el tema emprendedurismo, tema de deporte, cultura, que también abona mucho a la experiencia del viajero, ¿no? Entonces, creo que fuera de dividir, debemos ser más empáticos con donde comemos, de Puerto Vallarta, creo que si Puerto Vallarta hablara y nos viera, creo que algunos de otros nos darian unas cuantas cachetadas, de algunos otros lo decepcionarían a Puerto Vallarta. Entonces, creo que hemos de hablar y recordar que nuestro común denominador es Puerto Vallarta y todos tenemos que jalar para Puerto Vallarta y su zona metropolitana, porque cuando viene un turista, él no sabe si llegó a un Cabo Corrientes, Puerto Vallarta o en Bahía de Bandera, él vino a Vallarta y lo que le ocurra, que si le molesta el olor en una ciudad, la basura en otro o que le paró el tránsito o que pararon a un grupo, ellos no van a decir, ay, me lo hicieron en Cabo Corrientes, en Yelapa, en Bucerías o en Sayulita, el va decir, fui a Vallarta y me pasó esto. Entonces, sí, como dijo aquí Lupita, tenemos que tener una visión de metropolitana, porque no hay un Puerto Vallarta próspero, si no hay un Bahía de Banderas próspero y viceversa, porque al final van a llegar al aeropuerto acá, a la central de autobuses, todas las actividades y muchos servicios de distribución, para atender las necesidades de la oferta de la franja turística, que es un corredor, salvo Bucerías, es un corredor turístico muy importante, usando fuertes inversiones por la disponibilidad de terrenos, también eso que no hemos de entrar, que es donde la playa más bonita, no es una bahía y cada quien, en base a sus



expectativas y su presupuesto, tomará la decisión de viaje, si yo me muevo por una cadena de lujo, va a quedar donde esté el hotel de lujo, si yo soy un hotel Marriott, si soy un hotel Hilton o si yo soy alguien que me gusta explorar un Airbnb o la hotelera del centro, entonces creo que es siempre importante cuando hagamos alguna, como portavoces, que debemos de ser objetivos y claros y conscientes del impacto que puede tener nuestra opinión, porque a veces nos gana la emoción o no tenemos una realidad, entonces yo los invito y yo estoy muy abierto, algunos de ustedes me hablan, oye Luis, platicamos, porque yo cuando no conozco algo, lo hablo, lo pregunto a alguien experto, porque si yo no soy, tema de crucero a la que fuimos para abordar justamente este tema del impuesto, que no quiero entrar mucho el tema, pero bueno, es importante que temas, porque a veces pues no medimos esta situación y queremos, por ejemplo, que si las tarifas más son caras allá o acá, debemos de entender el perfil de la hotelería, es todo incluido allá, si todos saben o se han quedado en un hotel, pues saben que por todo incluido te va a costar cuatro mil pesos por persona, si te quedas en un hotel EP del centro de Puerto Vallarta, te va a costar tres mil, cuatro mil pesos por dos personas, entonces hay muchos factores que afectan en la derrama económica, en la tarifa promedio, entonces tenemos que ser algo objetivos. Entonces, en ese sentido, ahora al compartirles estuvimos en Tianguis y ahora las mayoristas más importantes que trabajamos, nos decían que, y era algo que se venía anunciando el año pasado, ya venía un tema de queja del consumidor del que están subiendo las tarifas, subieron post pandemia, pero bueno, los primeros dos años vivimos un boom, donde todo mundo tenía dinero, todo el mundo quería salir y pues gastarlo, el año pasado ya empezaba a haber un sentir, porque a veces el consumidor, y por eso la importancia que nosotros tengamos claro, la actividad, porque en eso debe de basarse en nuestra opinión. Sabemos que el tema de, esto es de oferta y demanda, no tengo que hablar del tema de oferta y demanda, y pues a mí me hablaron hasta las mayoristas, oye Luis, cómo es posible que este hotel me esté cobrando esta tarifa, háblale para que le baje, digo oye, no estamos en Cuba, yo no le puedo hablar a él, si no lo pagas tú, lo va a pagar otro, entonces, sí lo que no hemos de ver como empresarios, es de que tenemos que ir mejorando la experiencia del viaje a nuestros visitantes, porque el primer comentario que dicen, oye antes pagaba por este hotel dos pesos, por decir, y ahora me cobra cuatro, pero es la misma alberca, las mismas hedredones, entonces son cosas que a veces el consumidor, si me hablan a mí Mirim Planners, para pedirme la tarifa, que por qué está tan cara, pues es un tema de oferta y demanda. Entonces, en ese sentido, nos hablaba mucho las mayoristas ahora en Tianguis de que, pues está esta percepción global, no nomás de Vallarta, mismo caso Cabo, Cancún, que los únicos destinos que les había ido bien ahora en Semana Santa, habían sido Mazatlán y si no me equivoco dijo Ixtapa, pero quiero creer que todos tenemos claro por qué, porque es un inventario de seis mil cuartos, nosotros tenemos que llenar aquí 26 mil, más las 15, 16 mil de Nayarit, más todo el Airbnb, nos están conscientes que son 7800 unidades, unidades que puede ser de 1, 2, 3 o 10 recámaras. Entonces, tenemos que tener claro que, a pesar de que ha sido incrementándose la oferta de cuartos en la zona metropolitana de Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Puerto Vallarta y Bahía, y además las plataformas, hemos logrado mantener tarifas, tarifas, perdón, ocupaciones sanas, tanto en Puerto Vallarta como en Bahía de Banderas. Entonces, creo que es algo de aplaudir el buen trabajo y esfuerzo que se ha hecho desde el sector. Entonces, nos decía que esos dos destinos, pero por obvias razones, Mazatlán se llena con Culiacán y Durango, Ixtapa se llena con Michoacán o los que llegan de esa zona, es un inventario muy reducido, se queda nada más en Ixtapa, creo que es la zona bonita, no el pueblo, porque es donde está la infraestructura. Entonces, bueno, pongamos los pies donde está Puerto Vallarta, pero decía, a ver, ojo, de los tres destinos más importantes al que mejor ha tenido desempeño es Puerto Vallarta, porque bueno, tenemos un Cabo que es netamente dependiente de Estados Unidos, porque sus tarifas sabemos que no es para cualquier mexicano, y bueno, Cancún y Riviera Maya, que lo que nos decía que sí debemos estar más ya trabajando y haciendo estrategia, porque ya están haciendo descansos de personal, ya están haciendo temas de días solidarios, porque recordemos que ellos son 110 mil cuartos de todo incluido que hay que llenar, que ellos venden volumen, Puerto Vallarta no vende volumen, si sabemos cuál es nuestro hotel más grande. Entonces, sí es importante que tengamos todos esos valores, cuáles nuestros competidores, no quisiera llamarlo porque, como dijo Lupita, para el mercado internacional yo quiero un lugar de sol y playa y tengo tanto dinero, ¿qué me





**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

alcanza? Y en base a eso toma la decisión, los atributos, cualidades del destino y las cadenas y cuál le puede ofrecer mejor valor. Entonces, ¿qué estamos escuchando de esto que ya se había hablado el año pasado y ahora con los cruceros hemos hablado de retomar un tema de la cuponera, esperamos que las cámaras se sumen, estamos buscando esto para una cuponera de valor, ¿por qué? Porque se está viendo una inflación, ustedes lo ven, no es la del 6, 7 por ciento que dice el gobierno, yo el queso que compro en Costco valía, bueno yo no me dijo alguien, oye Luis ¿cómo quiere? me costaba 100, ahora vale 140 pesos, no estamos hablando de una inflación de un dígito, estamos hablando de doble dígito, entonces esto lo está viviendo el consumidor y ustedes como empresarios, entonces tenemos que ver estrategias, cómo podemos darle valor al visitante y ojo, ese visitante, disculpen, a lo mejor ahí hay susceptibilidad, no son familias. Si nosotros tenemos claro cuál es el perfil del visitante del destino, el 80 por ciento de visitantes es de 55 años para arriba, que es lo que vemos en esta temporada de invierno, noviembre a abril, es un perfil norteamericano adulto que no trae hijos, ¿por qué? porque las familias sí son importantes, pero los periodos de pico de visita de familias en Puerto Vallarta, Los Cabos y Riviera Maya, si sabemos, son los picos de periodo vacacional, Semana Santa y verano. Las familias son sensibles al gasto, ¿por qué? los que tienen familia no van a dejar mentir, tenemos que pagar la colegiatura, la hipoteca, el crédito del carro, las deudas, la escuela, entonces no es posible poder destinar mucho gasto al esparcimiento. Entonces, ¿qué ocurre? la vacación no es sacrificable, pero dicen bueno, me queda un hotel de cinco estrellas, ahora me quedo uno de cuatro. Y un claro ejemplo, me habló un conocido local, oye Luis, es que llegó familia a mi casa y quiero llevarlos a un tour, y hasta cuando me dijo, oye, pues ya veo que sí es caro Vallarta, nos damos cuenta, no sé cuánto ustedes han cotizado últimamente, me dice, oye, coticé tres razers, 16 mil, 16, no, 18 mil pesos, seis mil pesos el razer, bueno no sé cuántos de aquí, pues bueno, imaginense si van con su familia y quieren tres razers para dos por cada uno y pagaste una tarifa hotelera, los que son hoteleros saben, pues, ¿cómo? o ¿cómo van a un restaurante? cuando pagas un todo incluido, seis mil, siete mil, ocho mil, niños gratis y me quiero ir a un restaurante a comer, cenar y me voy a gastar cuatro mil, la mitad de lo, entonces, ¿qué es lo importante de esto? pues, son las condiciones del mercado, no son solamente de Puerto Vallarta, tenemos que ser creativos y ¿qué podemos hacer? justamente esta cuponera de valor, o sea, que podemos y tenemos, ya hemos hablado con CANIRAC en algún momento, que es importante, pues, niños gratis, así como hay otro tipo de promociones, ¿qué le podemos ofrecer en semana santa y verano a esas familias para que no sólo se queden en su hotel, sino que también gasten en tours, en restaurantes, qué experiencia cultural, que hace un muy buen trabajo el municipio con cultura, ofertar actividades en el malecón, que los payasos que se han vuelto hasta virales y que todo mundo viene y es algo que a nosotros como fideicomiso, cuando vienen visitantes, wow, son las diez de la noche y hay niños en el malecón, viendo once de la noche, yo sí, porque Puerto Vallarta es un destino seguro, es un destino donde familias o quien quiera salir, puedes ir a cualquiera de sus zonas, Marina, Fluvial, entonces creo que es momento de unidad, sentarnos, hablar, qué podemos hacer, estrategias materializables, realistas, de impacto inmediato, que se vea beneficiado todos, visitante y toda la cadena de valor y creo que es eso y estoy abierto, pues, que hagamos diálogo, pues, para que todo mundo se sumen.

Tema de, creo que también hay que tener claro, a veces no hay mucho, perdón que me extienda, pero este foro quiero, porque a veces no tenemos esos espacios de diálogo, pues, para conocer un poco de la dinámica del turismo para el destino y pues también las labores de promoción abiertas las puertas del fideicomiso, pero hablaban de eventos, Puerto Vallarta es algo que presumimos que tenemos 40 eventos fijos al año, no los tiene y no quiero, nuevamente no es buena división, pero no las tenemos aquí al lado, ni otros destinos, no, tenemos varios torneos de pesca que se han ido consolidando, de golf, ahorita tenemos el evento de, acaba de pasar Copa Vallarta, tuvimos maratón, viene Copbrands, que son 3.000 chicos porristas de México y Centroamérica y uno que otros Estados Unidos, tenemos, bueno, yo imagino que todo mundo los conoce, son muchos deportivos, gastronómicos, culturales, que nos ayudan a complementar esos cuartos que no se se llenan, entonces, está haciendo un buen trabajo en el tema de promoción aquí, es creo que el gran reto es cómo podemos traer más y sin duda alguna la infraestructura, no, tuvimos, ahorita vienen próximamente, ahora me dijo en Tianguis, las olimpiadas de los aeropuertos, trabajadores de aeropuertos vienen,



entonces, hay muchas oportunidades que necesitamos trabajar juntos y bueno, lo hemos hecho con CANIRAC en el pasado, hemos hablado y aquí la importancia es cómo pueden aportar valor desde cada una de las cámaras, con el municipio un excelente trabajo, todos los grupos que vienen, aquí la dirección de turismo nos apoya a mejorar la experiencia, hay una mesita para recibirlos, dales un agua de tuba o ya el municipio nos da un mariachi, o sea, hay muchas cosas que hacen la diferencia y que debemos estar conscientes, eso no lo ofrece Cabos, eso no lo ofrece Riviera Maya, poder tener un evento social en nuestros espacios públicos, como lo que logramos, espectacular y gracias a la zona romántica en el Parque Lázaro Cárdenas, ahora tenemos en Api, la semana que entra, estaremos trayendo 60 meeting planners y quedamos en una cena de bienvenida en el recinto portuario, con dos increíbles cruceros atracados, esas experiencias nos vuelven un factor diferenciado, entonces, si se está haciendo mucho trabajo y que tengamos claro las estacionalidades, noviembre, abril, pues obviamente invierno en Norteamérica vienen, gastan, son adultos mayores, una ventaja competitiva más de Puerto Vallarta, que la Feria de San Marcos, toman sus vacaciones diferentes, terminan este fin de semana, para sino han ido, comercial para nuestra ciudad hermana, que dicen que hay que hacer hermanamientos y que es mayo, mayo no me voy a dejar mentir, no hay cuartos, se pelean los cuartos, porque entre Copbrands, Copa Vallarta, que Festva, que todos los eventos, viene Herbalife con 5 mil personas este mes, es una temporada de grupos, mayo, junio, entonces está muy bien estratégicamente atendido las temporalidades, aquí la importancia es cómo ustedes se suman para que genere mayor derrama a la ciudad y atraer más eventos, mayo, junio grupos, viene verano que es netamente familiar, nacional, estamos trabajando como fideicomiso desde este mes y el que este mes, en todos los outlets que se pueden imaginar, estamos en el outlet de Viaja con Despegar, con Price Travel, Naturlion hace en León, en Guadalajara con Récord, en Aguascalientes con Récord, estamos en todos y la hotelería igual, entonces si estamos atendiendo el tema de consumidor, ver qué vamos a hacer para verano, entonces que sepamos estas temporalidades, regresa a grupos agosto, septiembre, octubre, noviembre, es la temporada de grupos y es nuestra apuesta, porque nos cuesta mucho como destino, imagínense que yo traigo un grupo de 5 mil en marzo, febrero, no lo voy a lograr porque ningún hotel me va a dar 200 habitaciones y a un precio tan competitivo, entonces no hay que descubrir el hilo negro, están marcadas las temporalidades, están marcadas las oportunidades, Puerto Vallarta, además de estar en el ranking de las ciudades más seguras y lo que hemos de trabajar todos, comparados con ciudad, podemos, ese es nuestro key selling point, como dicen nuestros vecinos del norte, nuestra estrategia de venta, si llevas un congreso a Monterrey o a Guadalajara, ustedes asociación de cirugía plástica que estuvo, si tú los llevas no te va a generar cuartos noche, porque muchos son de Monterrey, además no es atractivo viajar a una ciudad, el tema de tráfico, el estrés para la familia, entonces te garantiza que si tú lo haces en Puerto Vallarta, mínimo un 10% más de afluencia e ingresos en registros y además ellos ganan comisión por los cuartos noche, entonces se van a venir con la familia y se van a quedar el fin de semana, aquí se suben, además tenemos más éxito porque para llegar aquí no hay que volar, puedes llegar también por carretera, tenemos todo el bajío que viene y se vuelven congresos exitosos, comparados con Cancún y Riviera Maya, Cabo y nosotros somos un 5 u 8% por esta razón, Cabo quieres ir, vuela o tómate un ferry y gasta un dineral en ferry y casetas, entonces hay muchas ventajas competitivas que tenemos que tener claras todos nosotros y trabajar en unidad para materializar esas oportunidades, me gustaría en otra próxima ocasión les compartimos todos los logros que alcanzamos el año pasado en tema de turismo de reuniones, que es algo muy importante el destino y es cuando se ve la mayor derrama y debemos de trabajar juntos, porque cuando llega un huésped, se queda en un hotel, pues no lo vemos, se quedan ahí y van a decir, pues buen trabajo el que lo haya hecho, la mayorista, el hotel, el fideicomiso, la agencia de viajes, pero en cambio nos llegan 3 mil doctores y que hemos visto la oportunidad y se ha sumado, hoy justamente me frustré, no digo el restaurante, quiero que participen en el evento porque tiene una gran capacidad para el grupo, me dicen, no, es que no, tengo un ticket promedio alto, el temporada del grupo llueve y no tengo donde, o sea, solito se limitó a no querer participar y recuerdo una vez, no digo el nombre de ese restaurante, que nunca nos apoyaba y nos llegaron los de, nadie quería, ese grupo eran los maestros de inglés de escuelas privadas, a veces nos traen, porque no son médicos, pues gratamente sorprendido, porque pues todos traen negocio,





ese por ejemplo, todas las editoriales de libros pagaron fiesta y cerraron tres restaurantes para invitar hasta 100, 150 profesores de inglés y todo lo pagó Trillas y las que conocemos, entonces hay un gran potencial, los invitamos, hay que trabajar unidos, hay que compartir información, ver de dónde están llegando ese negocio, de tal manera de que pues podamos seguir generando mayor derrama al destino, entonces la mención metropolitana y pues bueno, seguir trabajando y construyendo, porque bueno, todos vivimos y comemos en ambos lados del río Ameca y es importante que veamos esa misión, esa visión y no generar, si nosotros como portavoz empresarios, no somos, no somos realistas optimistas y no digo que hay que decir las cosas están mal, hay que decir, está sucediendo esto, pero es un entorno global, o sea, nos decían, están teniendo bajas de ventas, todas las mayoristas de Estados Unidos del 25%, están viviendo una realidad de ellos, las temporadas bajas existen hasta en Mónaco, que es el destino de lujo, ultra lujo, es la ciudad más cara del mundo y hay temporadas bajas, entonces nosotros no vamos a tener miedos, es que vamos a hacer, tenemos grandes ventajas competitivas para justamente compensar eso, así que encantado de sumar, estamos trabajando, si quieren saber lo que se está haciendo en el fideicomiso, está abierto, obviamente a veces hay más comunicación con hotelería o restaurantes, empresas de tour, porque son nuestro día a día para armar estos paquetes, pero trabajamos con, siempre agradecidos con las asociaciones, la Emilia Zapata, reconocer su trabajo que hacen en mantener la zona y recordemos, no, no hay que quejarnos, no hay gobierno que alcance, no, es como la sociedad civil organizada, logramos completar esos espacios, entonces, los invito ya como último comercial, si quieren aprender esto y motivarse a sumar, hay un libro muy interesante que se llama Homo Vidence, de Giovanni Sartori, habla mucho cómo somos una sociedad teledirigida y pues también por fomentar la lectura, el análisis y sobre todo a participar como ciudadanos en beneficio de nuestras ciudades, muchas gracias.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, me quedo con el tema de trabajar en unidad, en la variedad turística que cuenta Puerto Vallarta y sobre todo el destino turístico, verdad. Compañeros regidores, hemos escuchado, pues ahora sí que el sector privado, verdad, por parte también de las dependencias, pero ahora nos gustaría escucharlo alguno de mis compañeros que quisiera aportar. Adelante regidora Laurel.

Regidora María Laurel Carrillo Ventura, Colegiada.- Buenas tardes a todas y a todos, me da mucho gusto, regidora, te felicito por esa gran convocatoria que tenemos aquí a los empresarios, a algunos directores de las cámaras empresariales, creo que debemos hacer equipo, bienvenidos a su casa, pues ya Luis ya no nos dejó hacer algún comentario más, verdad, yo solamente decirles que sí, que es importante que ahorita que están todos aquí reunidos, es muy rápido el tiempo, que regidoras se hagan mesas de trabajo junto con todos los sectores, los directores, los empresarios, porque sí urge una estrategia de... turística, sabemos que sí, no estamos tan mal o mal, pero sí, sí es importante, yo siempre he dicho que los trabajos en equipo, las cosas suceden. Que sí tenemos el problema de los hoteles, todo incluido, claro, coincido aquí con Lupita Bayardi, que sí se tiene que ver más a fondo ese tema entre todos ustedes, que tienen que tener una estrategia, que Puerto Vallarta no es solamente sol y playa, sino que tenemos muchos eventos culturales, ahorita en este momento se vienen realizando el décimo noveno del Festival Azteca, que es un evento de talla internacional, la verdad es que hemos tenido la oportunidad de estar ahí, hemos visto que es un gran evento que tenemos que seguir difundiendo, gracias al apoyo aquí de la directora de turismo, la licenciada Alejandra Cornejo, también Luis Villaseñor y como persona, no como regidora, yo he estado, yo he solicitado apoyos a través de Luis o de Alejandra como química, hice varios congresos y la verdad que yo difiero de que la gente dice que Vallarta sólo no vende, yo difiero de eso porque las veces que yo he propuesto a Puerto Vallarta como sede para Congreso Nacional de los Químicos, siempre hemos ganado y el sólo decir Vallarta, la gente está anotada, entonces no nos resta más que hacer un trabajo en equipo para todos los que estamos en Puerto Vallarta y queremos a Puerto Vallarta, pues queremos que les vaya mejor, esa es mi aportación y muchas gracias y bienvenidos a su casa.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias regidora Laurel, adelante regidor Arnulfo.





Regidor Arnulfo Ortega Contreras, Colegiado.- Muy buenas tardes tengan todos ustedes, quiero felicitar a la regidora por esta reunión que tenemos de trabajo, a la cual también quiero felicitar a Ale Cornejo por su participación y realmente la participación de todos los presentes, yo me quedo con que sí se está trabajando y también quisiera comentar, me quedo también con el análisis, estrategia y ejecución, todos los empresarios analizamos cómo está nuestro negocio, nuestro entorno y esta mesa que sea un análisis y que realmente también no perdamos la confianza, cuando una persona pierde la confianza en sí mismo empieza a declarar cosas con miedo, recuerdo la experiencia que tuve cuando pasó lo de la influenza 2008, hubo un temor tremendo en todos los empresarios, yo iniciaba mis pininos en la Coparmex y me extrañó muchísimo cómo es que el empresario empezó a tener miedo y a confesar cosas negativas, eso mismo pasó cuando vino el COVID, muchos comentarios negativos, con cualquier cosa el empresario se debilita o el vallartense y mi mensaje principalmente es que generemos confianza, que generemos esa confianza porque la confianza la vamos a generar declarando cosas positivas, me quedo con la presentación que dio Luis y realmente si hay estrategias, si hay trabajo, pero está pasando algo importante, desconocemos realmente lo que se está haciendo y bueno yo motivo e invito a que hagamos mesas de trabajo y apoyemos a la dirección de turismo y a todos los aquí presentes, porque Puerto Vallarta es un puerto maravilloso y formidable, hay que declarar eso, no hay que declarar lo negativo, cómo nos fue, muy mal, muy mal, no nos fue bien, pero vamos a trabajar para estar mejor, juntos podemos hacer las cosas por un Puerto Vallarta, porque sabe por qué, porque si le va bien a Vallarta en las colonias lejanas donde tenemos nuestras empresas pueden comprar el pan, la carne, el huevo, el aceite y ahí se ve realmente si le fue mal a Vallarta, baja el consumo de la canasta básica y ahí es donde nosotros estamos viendo que el consumo de la canasta básica realmente se está llevando a cabo a las familias, por lo tanto no le fue mal a Vallarta, nos fue bien y quiero decirles que el conocimiento que nosotros tengamos de las situaciones, de la empresa o de la problemática, es la oportunidad que nos da de innovar, de implementar, de reflexionar, así que ese es mi comentario, lo cual felicito a todos y realmente hagamos ese esfuerzo por unirnos frecuentemente y hagamos una propuesta, señalemos, pero también hagamos una aportación, a la cual quiero agradecerles a todos su presencia, Dios les bendiga y Marcia, felicidades.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias ¿Alguno otro de nuestros compañeros regidores? Adelante, regidora Erika.

Regidora Erika Yesenia García Rubio, Colegiada.- Hola, buenas tardes a todos, pues principalmente agradecerles a cada uno de ustedes el tiempo que es muy valioso para nosotros, lo que me queda muy claro es que la unidad hace la fuerza y estoy aquí en su casa, que tienen una aliada, tienen una amiga, que estamos en el ámbito deportivo, pero nos sumamos a todas esas reuniones y a todos esos puntos muy nutritivos para nuestro Puerto Vallarta. Enhorabuena y muchísimas felicidades, regidora.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, regidora Erika. ¿Alguien más? ¿Usted regidor Luis Escoto? Adelante.

Regidor Luis Jesús Escoto Martínez, Colegiado.- ¿Qué tal? Muy buenas tardes, ya son tardes, pues bienvenidos, igual aquí a la regidora felicitarla por esta mesa de trabajo, también por el trabajo que ha hecho la directora de turismo, simplemente comentarle aquí a mis compañeros que Puerto Vallarta vive del turismo, entonces si no hay turismo, no hay economía y si no hay economía, bueno, pues los ciudadanos no van a tener este ingreso y aparte no va a haber infraestructura, porque no va a haber cómo hacer obras, calles, entre la infraestructura, alumbrado público, etcétera. Yo creo que a mis compañeros regidores proponerles que en el próximo presupuesto del siguiente año, bueno, pues le invirtamos un poquito más al turismo para que tanto cultura como turismo tengan la oportunidad de poder realizar eventos durante el año en temporadas estratégicas para también estar prevenidos, porque como sabemos en cualquier lado del mundo hay temporadas bajas y sabemos ahorita lo que está pasando a nivel mundial y tenemos que ser preparados como destino turístico, tenemos que tener estas estrategias por lo que pueda pasar, entonces sí es importante que



**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

nosotros como gobierno municipal tengamos también una estrategia en colaboración con todos los empresarios y las cámaras para poder prevenir este tipo de situaciones, es cuanto.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, regidor, ¿Alguien más? Ah ya se nos fue la otra regidora, no la había visto. Sí, adelante directora.

Lic. Rosalba Alejandra Cornejo Cornejo, Directora de Promoción Económica y Turismo, Invitada.- Agradecer a todos el tiempo, las aportaciones son muy valiosas, el trabajo conjunto, el conocer y acercarse a la dirección de turismo, a las entidades, organismos que representan el sector, es muy valioso sobre todo para conocer completamente cómo es la comercialización y la promoción del destino. Tenemos que, si vamos a traer una cifra, si yo sí pediría la responsabilidad y la realidad, no podemos tomar una muestra del 5 al 4 por ciento para representar cómo se ha comportado el sector de 430 establecimientos hoteleros. Si tomamos 25 hoteles y representan sólo un 4 o 5 por ciento, no vamos a tener una integralidad, una visión total, sino va a ser parcial y sesgada de lo que realmente estamos viendo. Me tocó estar en Tianguis y veo a los 15, 16 hoteleros que estuvieron ahí con muy buenas cifras y si hay algunos sectores que están atrás, que se están rezagando, que requieren alguna intención, pues estamos en toda disposición de acercarnos y ver cuál es la necesidad puntual que necesitamos reforzar para que ellos puedan pues realmente verse beneficiados de estos números, porque los números no van a mentir y en el momento en que Datatur confirme y SECTUR el mes de abril y veamos estas cifras y son alentadoras y positivas reservadas y habrá un trabajo por hacer y esperamos que 2025 rompa el récord de 2024, sin embargo tenemos que asentarnos en cifras serias, en profesionalizar realmente nuestras muestras. Si una estadística se toma, pues tengamos esa responsabilidad de ampliar una base estadística que realmente refleje una realidad, de otra manera no vamos a comprender cómo se comporta Puerto Vallarta. Puerto Vallarta es un destino turístico complejo y debemos de que las conclusiones se deben de tomar con cautela y siempre contextualizarlas en el entorno del sector turístico. Comencemos partiendo de esta base, comentando y proponiendo, estamos en toda disposición de sumar y de poder realizar, pues tener este año, un año con buen reflejo de los números, pero pues seamos realmente claros y veamos esas puntualizaciones que debemos de atender, identificarlas para poder tomar decisiones concretas y analicemos los datos sobre una base de la realidad y de una representación completa y total del sector.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias directora, pues en conclusión de esta reunión, primeramente nuevamente agradecer, el tiempo se nos ha ido, pero ha sido muy favorable la verdad el escuchar los diferentes puntos de vista desde su trinchera de cada uno, verdad, y pues miren, yo traigo aquí un resumen, que sería trabajar en unidad la variedad turística, que tenemos un destino turístico, pero que necesitamos capacitaciones, que necesitamos renovar, ahora sí, hacia dónde estamos llevando la promoción del destino, verdad, ampliar y salir a Canadá, vamos a ir también a la parte por allá, por Dubái y todo, vamos también y claro que sí, promocionemos por aquellas partes el destino, verdad, porque no tenemos una gran ventaja que ahorita el aeropuerto se está ampliando, por lo cual eso es favorable para nosotros, verdad, otra cosa de las propuestas que mencionaron es hacerlo también por las generaciones, que lo que estemos haciendo, innovación, irnos a la escapada y otra cosa, generar confianza, mencionaba alguno de nuestros regidores, el presupuesto turístico, ampliarlo, verdad, pero la pregunta aquí es ¿Qué vamos a hacer? ya expusimos todos los que estamos aquí presentes y la pregunta que viene ahora es ¿Qué vamos a hacer? Yo creo que con lo que aportamos y todos concluimos en trabajar en unidad, yo los invito a que justamente esta sea la conclusión, para ello yo les pido que anoten mi correo, ese es mi correo, anótenlo por favor y que me hagan llegar ahora sus propuestas de estrategias, porque comentaba la regidora Laurel también que es muy importante trabajar en una estrategia en unidad, entonces para trabajar en una estrategia en unidad son principalmente las ideas, yo les invito a que me hagan el favor a vía correo electrónico, me manden esas propuestas de estrategia para posterior ello volvernó a reunir y poder hacer una mesa de trabajo para posterior a ello poder presentarlo y ahora sí trabajar con esa diversidad de



ideas que cada uno hemos aportado el día de hoy, verdad, pues muchas gracias, gracias a cada uno de ustedes, gracias por su tiempo, gracias compañeros regidores por estar aquí presentes, verdad, a favor de Puerto Vallarta, gracias a la prensa también y todos aquellos que nos están viendo a través de la página del gobierno municipal de Puerto Vallarta, que estén enterados de lo que venimos trabajando y de lo que vamos a seguir trabajando, pero sobre todo les voy a decir algo, esto es, yo creo, yo en lo personal, a título personal yo no lo había visto que estuvieran trabajando en unidad, el sector empresarial por parte del gobierno, así es que también este es un mensaje para la ciudadanía con los foros que se hicieron también, su voz también es muy importante, así es que les paso mi correo a todos aquellos que nos están mirando a través de las redes sociales es marcia.banuelos@puertovallarta.gob.mx y también danos tus ideas desde aquella parte para ver cómo podemos mejorar en la cuestión turística del destino de Puerto Vallarta.

8. ASUNTOS GENERALES.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Bueno, pues continuando con el desahogo del orden del día como punto número ocho tenemos asuntos generales, si alguien tiene algún asunto que agregar o compartir se le cede el uso de la voz ¿Alguien compañeros?

Carlo Iván Pérez Gómez, Director CONACO Bahía de Banderas y CANACOPE, Invitado.- Yo nomás una cosa, reiterarle una disculpa al director de turismo, me escuchan ahí, tal vez lo que aclara yo nomás dije que en Semana Santa no hubo actividades para la familia, no todo el año, trabajan muy bien, yo los felicito, es todo, es cuánto.

9. CLAUSURA DE LA SESIÓN.

Regidora Marcia Raquel Bañuelos Macías, Presidenta de la Comisión.- Muchas gracias, como último punto y no habiendo más temas por analizar, declaro formalmente clausurada la presente sesión de la Comisión Edilicia Permanente de Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico, siendo la 1 una con 23 veintitrés minutos de este día miércoles 07 siete de mayo del 2025 dos mil veinticinco, muchas de verdad, muchas gracias por su presencia, pero sobre todo por la participación de cada uno de ustedes, muchas gracias, quedamos despedidos.

C. Marcia Raquel Bañuelos Macías

**Regidora Presidenta de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**

Q.F.B María Laurel Carrillo Ventura

**Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico**





**Puerto
Vallarta**

**Regidores
Sala A**

Lic. Arnulfo Ortega Contreras
Regidor Colegiado de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico

C. Erika Yesenia García Rubio
Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico

L.A.E. Melissa Marlene Madero Plascencia
Regidora Colegiada de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico

Ing. Luis Jesús Escoto Martínez
Regidor Colegiado de la Comisión Edilicia Permanente de
Promoción Nacional e Internacional del Destino Turístico

**LA PRESENTE HOJA DE FIRMAS CORRESPONDE AL ACTA DE SESIÓN DE LA
COMISIÓN EDILICIA PERMANENTE DE PROMOCIÓN NACIONAL E
INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO, CELEBRADA EL DÍA 07 DE MAYO
DE 2025.-**