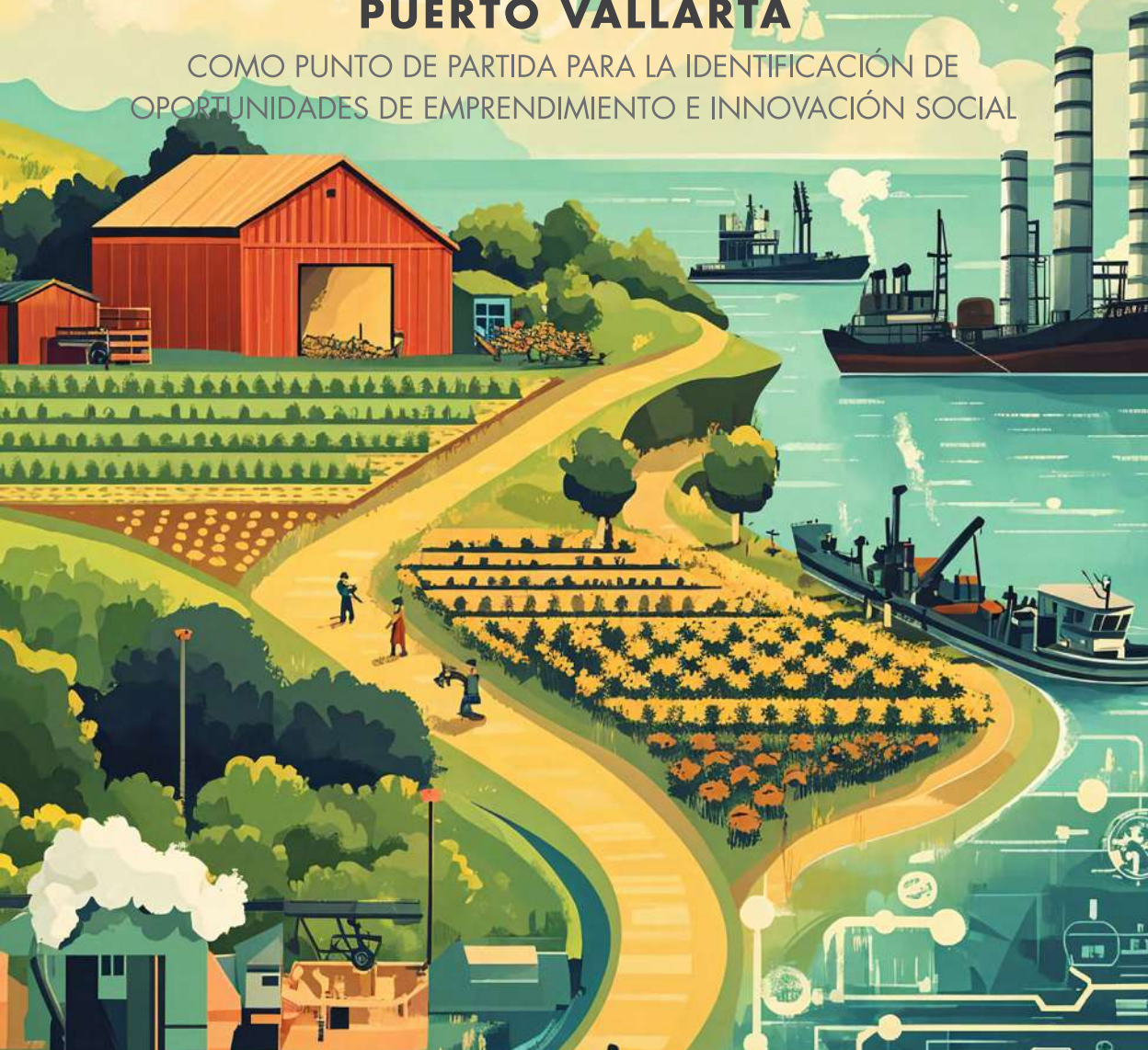


VOCACIÓN Y CADENAS PRODUCTIVAS DE LAS INDUSTRIAS DE PUERTO VALLARTA

COMO PUNTO DE PARTIDA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE
OPORTUNIDADES DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL




**COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA**

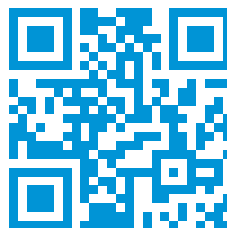
**Elba Martina Cortés Palacios
Carlos Felipe Camba Pérez
José Luis Bravo Silva**

Vocación y cadenas productivas de las industrias
de Puerto Vallarta, como punto de partida para
la identificación de oportunidades
de emprendimiento e innovación social



Ediciones Comunicación Científica se especializa en la publicación de conocimiento científico de calidad en español e inglés en soporte de libro impreso y digital en las áreas de humanidades, ciencias sociales y ciencias exactas. Guía su criterio de publicación cumpliendo con las prácticas internacionales: dictaminación de pares ciegos externos, autenticación antiplagio, comités y ética editorial, acceso abierto, métricas, campaña de promoción, distribución impresa y digital, transparencia editorial e indexación internacional.

Cada libro de la Colección Ciencia e Investigación es evaluado para su publicación mediante el sistema de dictaminación de pares externos y autenticación antiplagio. Invitamos a ver el proceso de dictaminación transparentado, así como la consulta del libro en Acceso Abierto.



www.comunicacion-cientifica.com

[DOI.ORG/10.52501/cc.258](https://doi.org/10.52501/cc.258)




**COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA** PUBLICACIONES
ARBITRADAS
HUMANIDADES, SOCIALES Y CIENCIAS

CC+I
COLECCIÓN
CIENCIA e
INVESTIGACIÓN

Vocación y cadenas productivas de las industrias
de Puerto Vallarta, como punto de partida para
la identificación de oportunidades
de emprendimiento e innovación social

ELBA MARTINA CORTÉS PALACIOS

CARLOS FELIPE CAMBA PÉREZ

JOSÉ LUIS BRAVO SILVA

(Autores)



COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA

Cortés Palacios, Elba Martina,

Vocación y cadenas productivas de las industrias de Puerto Vallarta, como punto de partida para la identificación de oportunidades de emprendimiento e innovación social / Elba Martina Cortés Palacios, Carlos Felipe Camba Pérez, José Luis Bravo Silva . — Ciudad de México : Comunicación Científica, 2024. (Colección Ciencia e Investigación).

213 páginas : gráficas, mapas ; 23 x 16.5 centímetros

DOI: 1052501/cc.258

ISBN: 978-607-2628-04-5

1. Desarrollo económico – Puerto Vallarta. 2.Capacidad empresarial. 3. Empresas -- Innovaciones tecnológicas. I. Camba Pérez, Carlos Felipe, coautor. II. Bravo Silva, José Luis, coautor.

LC: HF1025 C67

DEWEY: 330.9 C67

La titularidad de los derechos patrimoniales y morales de esta obra pertenece a los autores D.R. © Elba Martina Cortés Palacios, Carlos Felipe Camba Pérez y Jose Luis Bravo Silva, 2024. Reservados todos los derechos conforme a la Ley. Su uso se rige por una licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 Internacional, <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.es>

Primera edición en Ediciones Comunicación Científica, 2025

Diseño de portada: Francisco Zeledón • Interiores: Guillermo Huerta

Ediciones Comunicación Científica, S. A. de C. V., 2025

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400

Crédito Constructor, Benito Juárez, 03940, Ciudad de México,

Tel.: (52) 55-5696-6541 • Móvil: (52) 55-4516-2170

info@comunicacion-cientifica.com • www.comunicacion-cientifica.com

 comunicacioncientificapublicaciones  @ ComunidadCient2

ISBN 978-607-2628-04-5

DOI 10.52501/cc.258



**Esta obra fue dictaminada mediante el sistema de pares ciegos externos.
El proceso transparentado puede consultarse, así como el libro en acceso
abierto, en <https://doi.org/10.52501/cc.258>**

Índice

<i>Resumen</i>	11
<i>Presentación</i>	13
1. Análisis contextual de los sectores empresariales de Puerto	
Vallarta y la vocación económica	17
Análisis del contexto nacional	17
Índice de competitividad	17
Índice del PIB	18
Índice de contribución del PIB por sectores	19
Número de empresas por sectores	21
Número de empresas por giro por sector	22
Número de empleos por sector	23
Número de empleos por giro por sector	24
Indicadores económicos	25
Análisis del contexto estatal	27
Índice de competitividad	27
Índice del PIB	28
Índice de contribución del PIB por sectores	29
Número de empresas por sectores	30
Número de empresas por giro por sector	32
Análisis del contexto municipal	34
Índice de competitividad	34

Índice del PIB	35
Índice de contribución del PIB por sectores	35
Número de empresas por sectores	37
Número de empresas por actividad por sector	39
Empleo	75
Inversión extranjera en Jalisco	77
2. Problemática de la vocación productiva y sus derivados	79
Estudios a nivel internacional	80
Estudios a nivel nacional	85
Estudios a nivel local	90
Cadena productiva	93
3. Acercamiento teórico al estudio de la vocación turística y las oportunidades de emprendimiento social	99
Análisis conceptual	99
Vocación productiva	99
Cadenas productivas	100
Oportunidades de emprendimiento social	102
Análisis de la teoría fundamental	104
Teoría económica	104
Teoría de economía solidaria y teoría del emprendimiento	107
Teoría de emprendimiento social	109
Teoría del comportamiento planeado e intención de emprender socialmente	111
Modelos teóricos analíticos de la vocación productiva y emprendimiento social	112
Modelos de vocación productiva	112
Modelos de cadenas productivas	117
4. Vocación y cadenas productivas de Puerto Vallarta	129
Apartado a) Vocación productiva	134
Dimensión 1. Aptitudes disponibles en la región	134
Dimensión 2. Desarrollo de características de lugares	136

Dimensión 3. Unión de características propias de una actividad	137
Dimensión 4. Actividades económicas latentes y/o motor de desarrollo	138
Dimensión 5. Número de unidades económicas conexas y crecimiento de competencia por actividad o giro	143
Dimensión 6. Condiciones del mercado objetivo	144
Dimensión 7. Inversión	146
Dimensión 8. Participación del gobierno e impulso a la innovación	147
Dimensión 9. Comunidades dominantes organizadas	149
Apartado b) Cadena productiva	150
Dimensión 1. Conjunto de actores	150
Dimensión 2. Proveedores de bienes	152
Dimensión 3. Proveedores de servicios	154
Dimensión 4. Proveedores de capital o financiamiento	156
Dimensión 5. Participantes en la cadena o sistema de distribución	158
Dimensión 6. Sistema de consumo	160
Dimensión 7. Actividades principales, actividades de apoyo y margen	161
Dimensión 8. Ventajas competitivas	162
Dimensión 9. Satisfacer las necesidades de los clientes	164
Dimensión 10. Diferenciación de la competencia	166
Aptitudes disponibles en la región	167
Cadenas productivas	173
 5. Oportunidades del emprendimiento social ante la vocación económica y las redes productivas de Puerto Vallarta	 177
Innovación	177
Actividad emprendedora	179
Fuentes de financiamiento	180
Cooperativas-sociedades	182
Naturaleza de los objetivos o intenciones	184
Redes de apoyo para emprender	185

Oportunidades de emprendimiento en las redes productivas	
de Puerto Vallarta	187
Red de proveedores de bienes	190
Red de servicios	192
Red de capital y financiamiento	193
Red de distribuidores	195
<i>Referencias</i>	205
<i>Sobre los autores</i>	213

Resumen

El territorio es un escenario complejo donde los retos económicos y sociales se entrelazan con la organización productiva. Esta obra analiza cómo la dinámica económica de Puerto Vallarta puede transformarse en una plataforma para el emprendimiento y la innovación social, una economía en crecimiento que ha generado oportunidades, pero también desafíos para los sectores más vulnerables. En sus páginas, se desglosan temas cruciales como la distribución geográfica de las unidades económicas, las cadenas productivas y los factores que determinan la vocación económica de la región. A través de un instrumento de investigación original, se estudian dimensiones clave como las aptitudes regionales, el potencial de redes de colaboración productiva y la percepción del emprendimiento social. Los resultados de un muestreo a 376 empresas locales ofrecen un panorama detallado sobre las redes de actores económicos y sus interrelaciones, proporcionando mapas claros para identificar oportunidades económicas. Este libro no solo ofrece un análisis profundo del contexto local, sino que también presenta herramientas prácticas para emprendedores, académicos y responsables de políticas públicas. Es una guía metodológica que inspira acciones para fortalecer el desarrollo económico y fomenta iniciativas de economía social y colaborativa. Una lectura esencial para quienes buscan transformar los retos en oportunidades y contribuir al progreso sostenible de sus regiones particulares.

Palabras clave: *Vocación económica, cadenas productivas, emprendimiento, innovación social*

Presentación

El territorio desde el punto de vista socioeconómico y de la organización productiva representa un reto económico y social. En el territorio, la vocación productiva puede darse por cuestiones naturales, influencias culturales, curvas de madurez productiva o por desplazamientos de actividades que en los sectores de vulnerabilidad económica ocasionan brechas de marginación o bien de oportunidad económica, pues la vocación productiva tiene el reto no solo de la diversificación, si no de la generación de alto valor agregado que, ante su ausencia, produce por sí mismo un abandono o desplazamiento de actividades económicas.

La presente obra busca analizar cuál ha sido la dinámica económica de los sectores económicos vigentes en Puerto Vallarta, Jalisco, un municipio con una dinámica económica creciente pero cuyo desarrollo también ha causado marginación económica, de manera particular en los sectores vulnerables. Presenta la distribución actual de las unidades económicas y su interrelación desde la perspectiva de los actores, los empresarios, con el fin de identificar las brechas de oportunidad de emprendimiento e innovación social en el municipio para que los emprendedores potenciales de sectores vulnerables puedan identificar de manera más ágil oportunidades económicas mediante la participación en iniciativas productivas que les vinculen a las actividades económicas existentes o como vía de identificación de actividades innovadoras que impulsen lo que existe.

En la primera parte de la obra, se analiza a partir de los índices de competitividad internacionales, nacionales y locales, la situación actual de contexto y realidad de Puerto Vallarta, se identifica la productividad por sectores a través del Producto Interno Bruto, el número y distribución georeferenciada de unidades económicas a fin de observar de manera gráfica la vocación económica territorial por distribución, identificando con precisión el tipo de unidades económicas, su ubicación, los empleos generados por cada sector de actividad y la inversión extranjera directa como impulsor de las actividades económicas.

En la segunda parte de la obra a partir de definiciones teórico-conceptuales y la revisión de modelos, evolución teórica se definen los conceptos clave de la investigación, la vocación económica real y latente, las cadenas productivas y el emprendimiento social, derivando en dimensiones específicas que permiten la construcción de un instrumento de investigación original que permitió identificar la situación actual en el contexto local de Puerto Vallarta.

En la tercera parte, se identifican múltiples referentes internacionales, nacionales y locales sobre el estudio de la vocación productiva en distintos sectores y realidades económicas, permitiendo identificar como cada entorno particular desarrolla vocaciones productivas con base en los recursos y capacidades del entorno o inducidos por la atracción de inversión productiva, pero con retos de desarrollo, continuidad y sostenibilidad en donde no solo es necesaria la articulación de actores en búsqueda de mayor competitividad y rentabilidad productiva que busque generar desarrollo económico, sino que intervienen factores de articulación de actividades complementarias, políticas sectoriales y mecanismos de análisis de puntos críticos que permitan identificar como impulsar vocaciones productivas.

En el cuarto capítulo, a partir de un muestreo aleatorio estratificado realizado a 376 empresas de la región, se presentan los resultados de la información obtenida a partir de un instrumento original desarrollado para efectos de esta investigación con 10 dimensiones de la vocación económica, como: aptitudes regionales disponibles, desarrollo de características del lugar, unión de características propias de una actividad, actividades económicas latentes, número de actividades económicas conexas, condiciones del mercado objetivo, inversión, participación del gobierno e impulso a la in-

novación y comunidades económicas dominantes. En ese capítulo, se describen de igual forma las cadenas productivas a partir de las siguientes dimensiones: conjunto de actores, proveedores de bienes, proveedores de servicios, proveedores de capital o financiamiento, participantes en la cadena de distribución, sistema de consumo, actividades de apoyo y margen, ventajas competitivas, satisfacción de las necesidades de los clientes, diferenciación de la competencia.

En la parte final de la obra se define la percepción del emprendimiento social con perspectiva de formación de cadenas productivas en innovación, actividad emprendedora, fuentes de financiamiento, cooperativas o sociedades, naturaleza de los objetivos y redes de apoyo para emprender. Se describen redes de proveedores de bienes, de servicios, de capital y financiamiento y de distribuidores, que pueden servir como mapas de ruta para entender la relación actual de actividades y las posibilidades de desarrollo de actividades económicas.

La obra, por su extensión y contenido, representa un referente claro para iniciar proyectos productivos de economía social y colaborativa a partir de un análisis detallado de las condiciones actuales de la región y puede servir para comprender la vocación productiva que impulse proyectos de emprendimiento que contribuyan al desarrollo económico de la región. El análisis realizado en la obra encuentra como público a emprendedores, académicos, cámaras, instituciones de educación superior, investigadores del tema y actores de sector público con un aporte original útil para definir acciones que sirvan como para la propuesta de políticas públicas para el desarrollo y fomento de emprendimiento social en la región y proporciona una guía metodológica con instrumentos originales para el desarrollo de investigaciones similares en otros contextos.

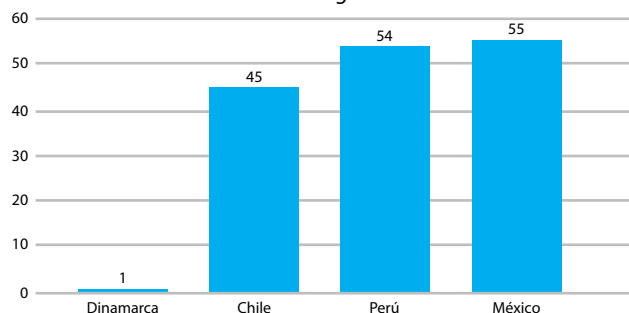
1. Análisis contextual de los sectores empresariales de Puerto Vallarta y la vocación económica

Análisis del contexto nacional

En este capítulo podrás encontrar indicadores económicos nacionales, como el índice de competitividad de México en comparación con otros países y en qué puesto se encuentra actualmente como país competitivo a nivel mundial, el producto interno bruto (PIB) de México y otras naciones para conocer el posicionamiento de los países con mejor PIB; junto a esto analizamos también la cantidad y el porcentaje de los sectores económicos que integran el PIB nacional, dando a conocer la cantidad de empresas existentes en cada uno de estos sectores y la cantidad de empleos que generan.

Índice de competitividad

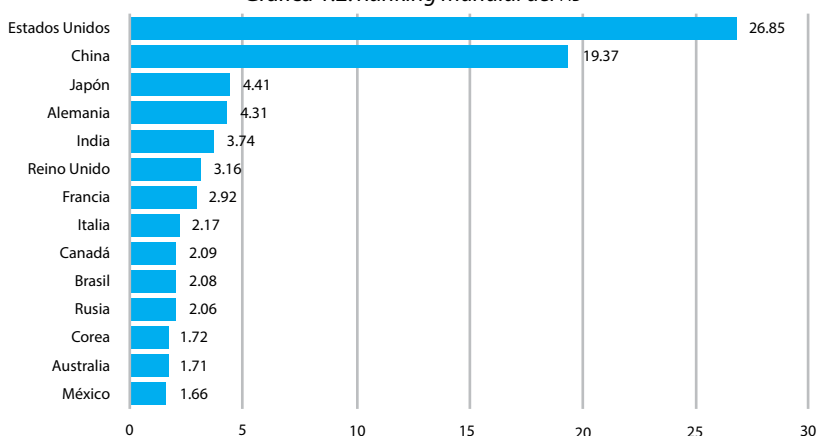
Después de una investigación exhaustiva, de acuerdo al wcy (2023), Anuario de Competitividad Mundial del Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial (IMD, 2022), a 63 países y sus economías en 2022, los resultados arrojaron que México se encuentra en la posición número 55 entre los países evaluados y es el tercero de Latinoamérica con mejor competitividad después de Chile y Perú, tomando en cuenta 335 criterios de competitividad, como el PIB nacional, el desempeño económico, la infraestructura, la educación, las finanzas nacionales y el empleo, entre muchos otros.

Gráfica 1.1. *Ranking mundial del PIB*

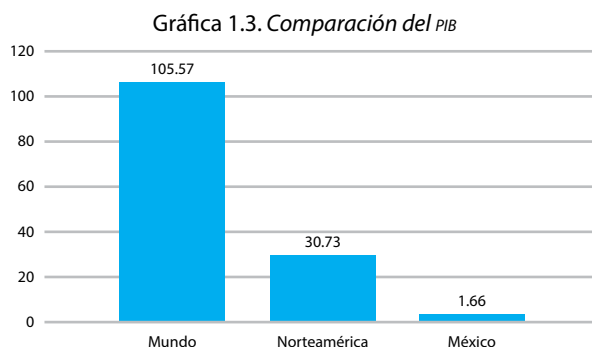
Fuente: Elaboración propia a partir de WCY (2023).

Índice del PIB

De acuerdo con el ranking 2023 del Fondo Monetario Internacional (FMI), el Producto Interno Bruto (PIB) de México se sitúa en la posición 14, después de economías como la de Brasil, Rusia, Corea y Australia, que ocupan los sitios 10, 11, 12 y 13, respectivamente. Como podemos observar en la gráfica 1.2 aunque México no entra en el top 10 de países con el PIB más alto del 2023, compite como el segundo país latinoamericano con mayor PIB, tan solo 4 lugares debajo de Brasil.

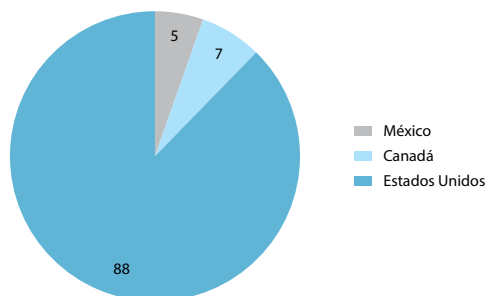
Gráfica 1.2. *Ranking mundial del PIB*

Fuente: Elaboración propia a partir del FMI (2023).



Fuente: Elaboración propia a partir del FMI (2023).

Gráfica 1.4. Porcentajes de atribución al PIB de América del Norte



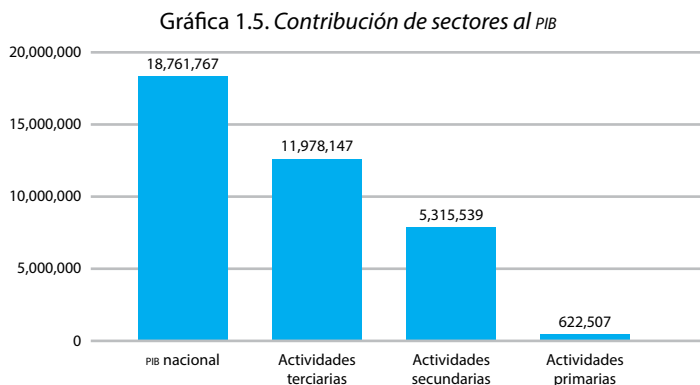
Fuente: Elaboración propia a partir del FMI (2023).

Y comparado con sus vecinos Estados Unidos y Canadá, como podemos observar en la gráfica 1.3, se concluye que México aporta 1.66 billones de dólares de 30.73 billones de dólares que aporta Norteamérica al PIB mundial, tan solo 5%, seguido por Canadá con 7% y por último el líder de la lista mundial, Estados Unidos, con 88%, como se muestra en la gráfica 1.4.

Índice de contribución del PIB por sectores

Con cifras desestacionalizadas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2023), el PIB aumentó 1% a tasa trimestral en el primer trimestre de 2023, llegando a la cifra de 18,761,767 pesos mexicanos. Ob-

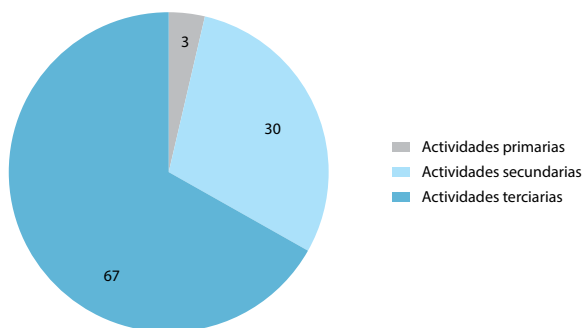
teniendo así la actividad primaria 622,507 pesos, las actividades secundarias 5,315,539 pesos y la cifra más alta las actividades terciarias, con 11,978,147 pesos mexicanos, como podemos observar en la gráfica 1.5.



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2023).

Concluyendo que las actividades terciarias (transporte, distribución, turismo, entretenimiento, etc.) representan el mayor ingreso del PIB nacional, como podemos observar en la gráfica 1.6 con 67%, las actividades secundarias representan el 30% y las actividades primarias el 3 por ciento.

Gráfica 1.6. Porcentajes de atribución por sectores al PIB



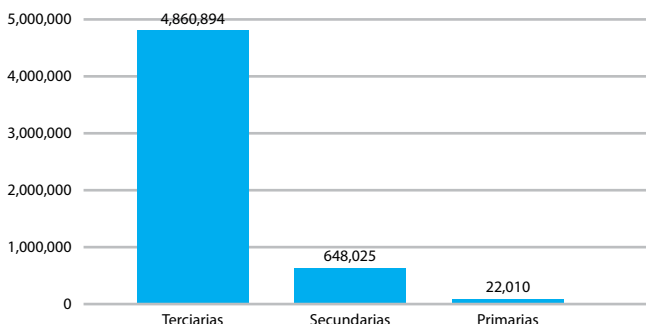
Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2023).

Número de empresas por sectores

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2022) indica que el giro empresarial que más destaca entre las 5,530,929 unidades económicas están las dedicadas a los servicios (servicios educativos, de salud, transporte, de alojamiento, financieros, etc.), como podemos observar en la gráfica 1.7, con una cantidad de 4,860,894 empresas en el país, seguido de las empresas de actividades secundarias (industrias de la electricidad, construcción y minería), con 648,025 empresas, y por último, con una cantidad de 22,010, las empresas de actividades primarias (agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura).

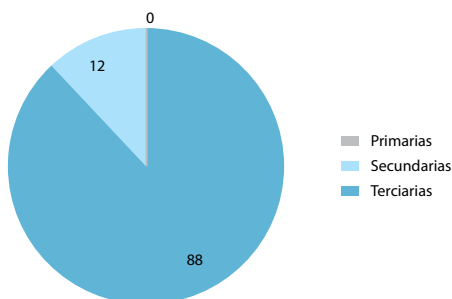
Se puede observar en la gráfica 1.8 que la cantidad de empresas dedicadas a actividades terciarias están representando 88% de todas las unidades económicas del país, seguido de las actividades secundarias con 12% y por último, muy por debajo, las actividades primarias con 0.39 por ciento.

Gráfica 1.7. Número de empresas por giro



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

Gráfica 1.8. Porcentaje de empresas por giro



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

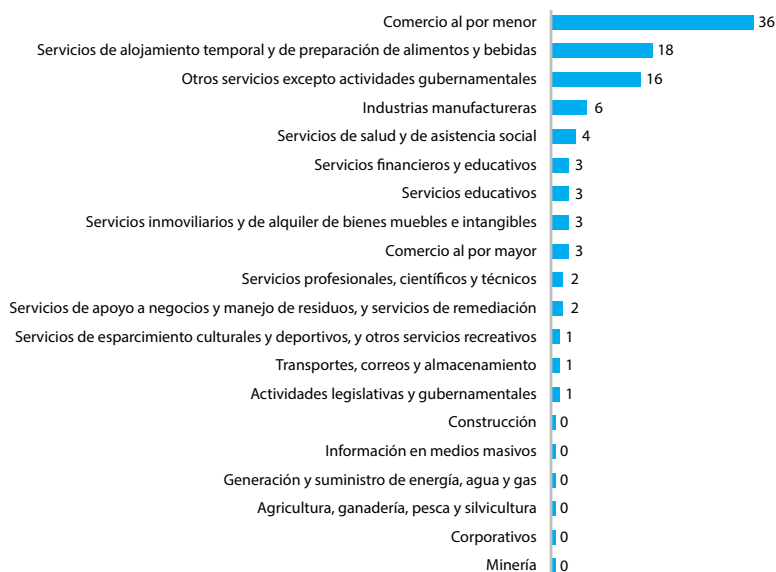
Número de empresas por giro por sector

Según la última edición del DENE en 2022 México presentó 5,530,929 unidades económicas. Incorporó 5,966 unidades económicas provenientes de registros administrativos y se desincorporaron 3,769 unidades de la edición del DENE 2021. Como podemos observar en la gráfica 1.9 este directorio integra sectores como servicios de salud, transporte, minería, energía eléctrica, construcción, agricultura, entre muchas otras, sobresaliendo el comercio al por menor con la cantidad más alta, 2,237,029 empresas.



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

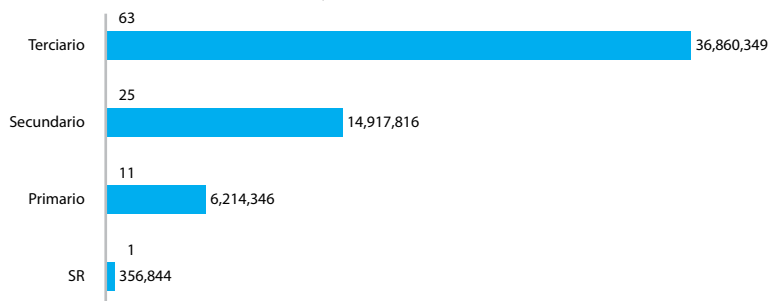
La última edición del DENE demostró que la actividad económica con mayor presencia en el país son comercios al por menor, con 40% de 5,530,929 unidades económicas existentes, seguido de 15% de otros servicios, 13% de servicios de alojamiento, 11% de industrias manufactureras, entre otras cifras menores a 5% en los demás sectores económicos, como podemos observar en la gráfica 1.10.

Gráfica 1.10. *Porcentaje de empresas por sector económico*

Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

Número de empleos por sector

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2023) que realiza el INEGI en todo el país, la población económicamente activa (PEA) fue de 60 millones de personas de más de 15 años de edad.

Gráfica 1.11. *Número y porcentajes de empleos por sector*

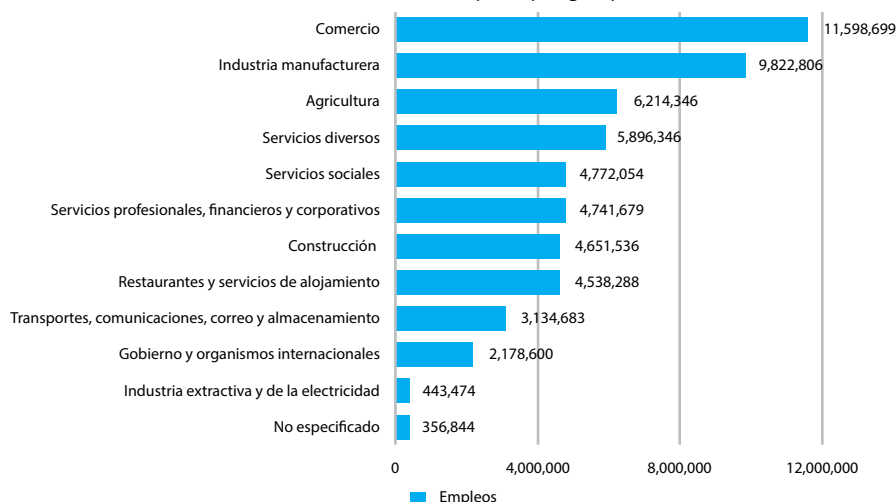
Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2023).

Como podemos interpretar en la gráfica 1.11, los empleos generados por sector se distribuyeron de la siguiente manera: el sector primario con 6,214,346 personas ocupadas (11%); el sector secundario con 14,917,816 (25%), el sector terciario con 36,860,349 empleos (63%) y otros 356,844 (1%) empleos sin especificar.

Número de empleos por giro por sector

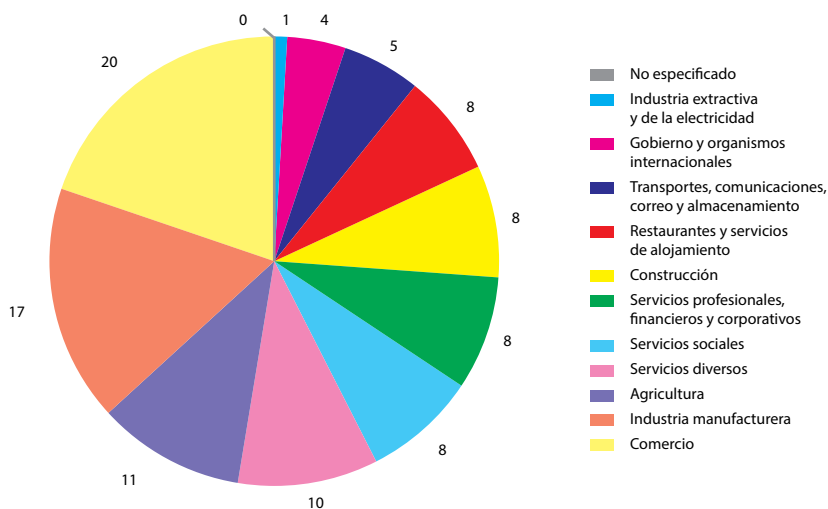
Según el INEGI (2023) los empleos quedaron distribuidos de la siguiente manera según su giro; comercio con 11,598,699 (20%), industria manufacturera con 9,822,806 (17%), agricultura con 6,214,346 (11%), servicios diversos con 5,896,346 (10%), servicios sociales con 4,772,054 (8%), servicios profesionales, financieros y corporativos con 4,741,679 (8%), construcción con 4,651,536 (8%), restaurantes y servicios de alojamiento con 4,538,288 (8%), transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento con 3,134,683 (5%), gobierno y organismos internacionales con 2,178,600 (4%), industria extractiva y de la electricidad con 443,474 (1%) y sin especificar 356,844 (0.6%), como podemos observar en las siguientes gráficas.

Gráfica 1.12. Cantidad de empleos por giro por sector



Fuente: Elaboración propia a partir (INEGI, 2023).

Gráfica 1.13. Porcentaje de empleos por giro por sectores



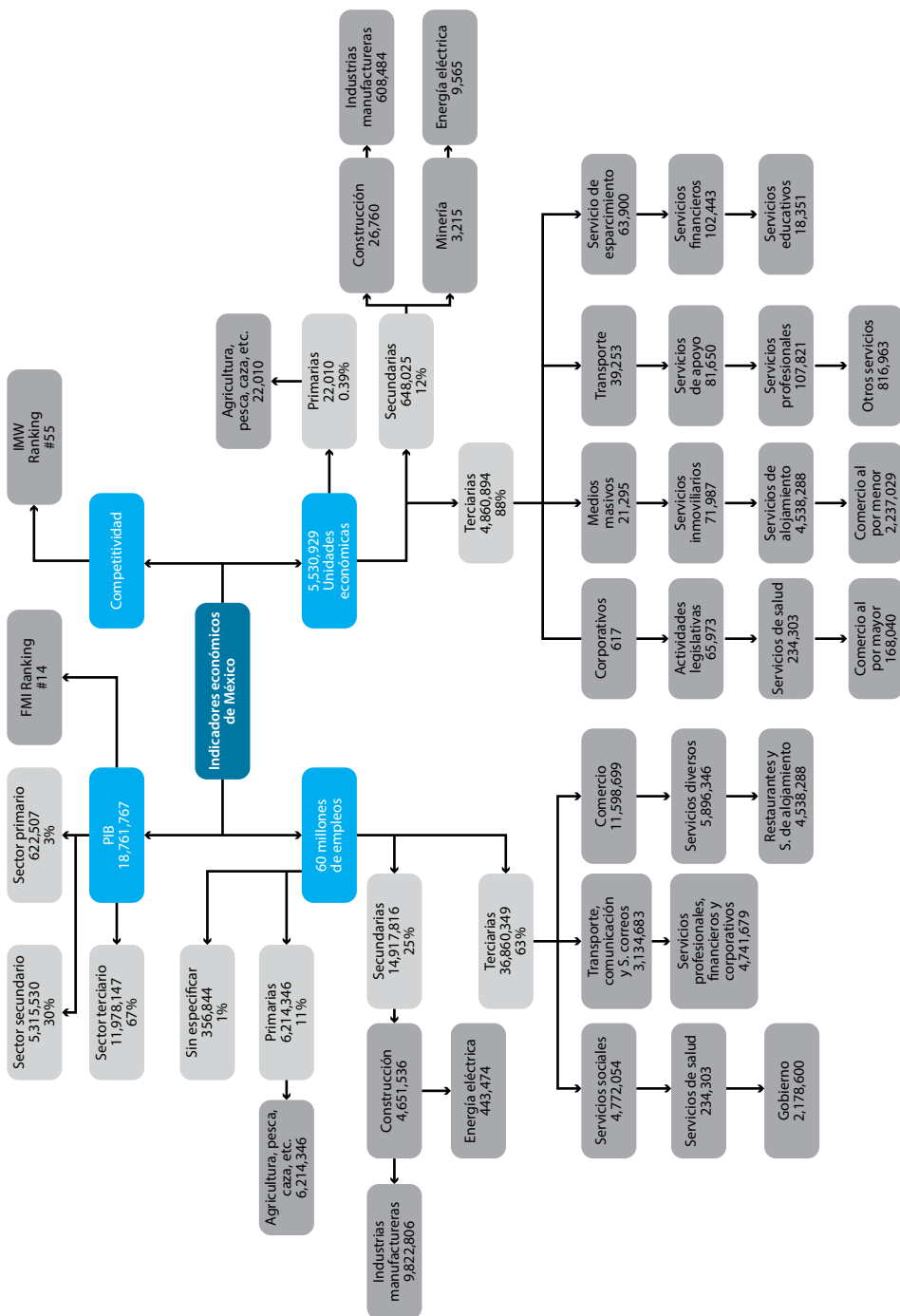
Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2023).

Indicadores económicos

Para concluir este apartado nacional, podemos resaltar en la figura siguiente algunos aspectos importantes sobre los indicadores anteriormente analizados.

El posicionamiento de competitividad de México en la lista mundial deja mucho que desear, al estar en uno de los últimos lugares del ranking del Índice de Competitividad Mundial del Instituto para el Desarrollo Gerencial, fallando en algunos criterios de evaluación, en comparación con el ranking del Fondo Monetario Internacional del PIB, en donde México se encuentra entre potencias mundiales, posicionándose en el lugar número 14 de países con mayor PIB. La estructura del PIB nacional dividida por sectores resalta que está conformado mayormente por actividades terciarias, aportando la mayor cantidad de este, con giros de distintos tipos de servicios, siendo esta la más alta cifra de unidades económicas en el país y eventualmente al ser la cifra predominante también es el sector económico que más empleos genera en el país.

Figura 1.1. Mapa mental de indicadores económicos en México



Fuente: Elaboración propia.

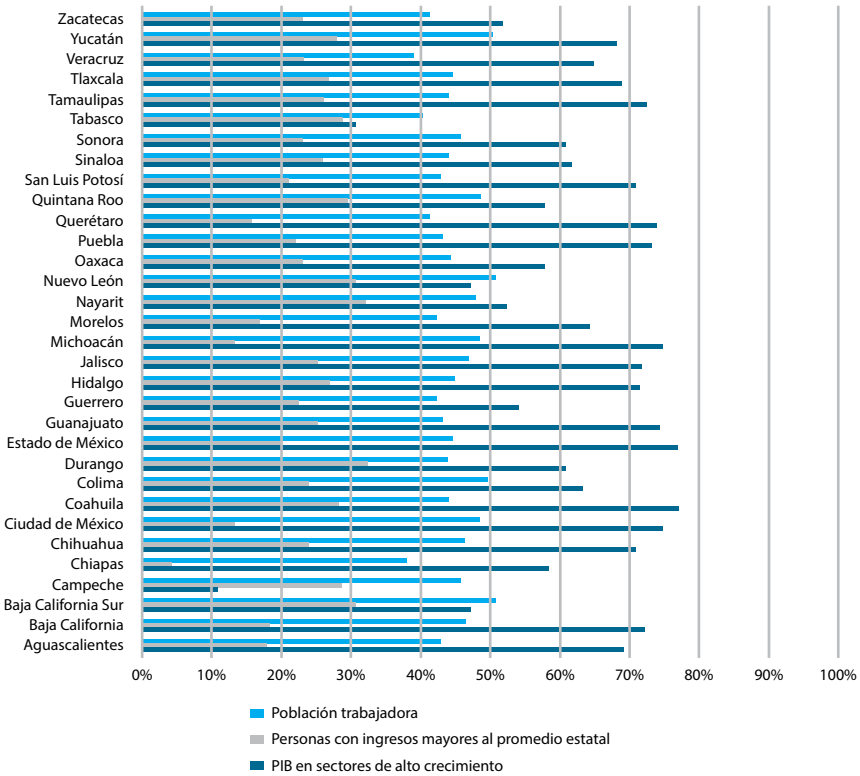
Análisis del contexto estatal

Índice de competitividad

Conforme al Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2023) en 2023, el estado de Jalisco se encuentra en la sexta posición de competitividad estatal. El índice de competitividad estatal mide la capacidad de las 32 entidades federativas para generar, atraer y retener talento e inversión, lo que se traduce en mayor productividad y bienestar para sus habitantes. Se miden mediante 10 indicadores: sistema político, gobiernos, economía, mercado de trabajo, infraestructura, apertura internacional, derecho, medio ambiente, sociedad, innovación.

Los datos reflejados en la gráfica 1.14 demuestran que la ciudad de Coahuila es la entidad que se encuentra en primer lugar del índice de competitividad del sector económico, obteniendo 77.37% del PIB en sectores de alto crecimiento, en la novena posición con 28.59% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, en la posición 20 con 44.40% de la población trabajadora; Querétaro con 74.324% del PIB en sectores de alto crecimiento, con 16.035% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, con 41.603% de la población trabajadora; Nuevo León con 79.171% del PIB en sectores de alto crecimiento, con 25.768% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, con 46.013% de la población trabajadora; Coahuila con 71.235% del PIB en sectores de alto crecimiento, con 24.135% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, con 46.616% de la población trabajadora; Baja California Sur con 47.463% del PIB en sectores de alto crecimiento, con 30.945% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, con 51.091% de la población trabajadora; Jalisco en la posición 23 con 71.964% del PIB en sectores de alto crecimiento, en la posición 15 con 25.533% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, en la posición 9 con 45.358% de la población trabajadora, y Campeche en la posición 32 con 11.14% del PIB en sectores de alto crecimiento, en la posición 7 con 29.01% de las personas con ingresos mayores al promedio estatal, en la posición 12 con 46.13% de la población trabajadora.

Gráfica 1.14. Índice de competitividad estatal 2023



Fuente: Elaboración propia a partir del IMCO (2023).

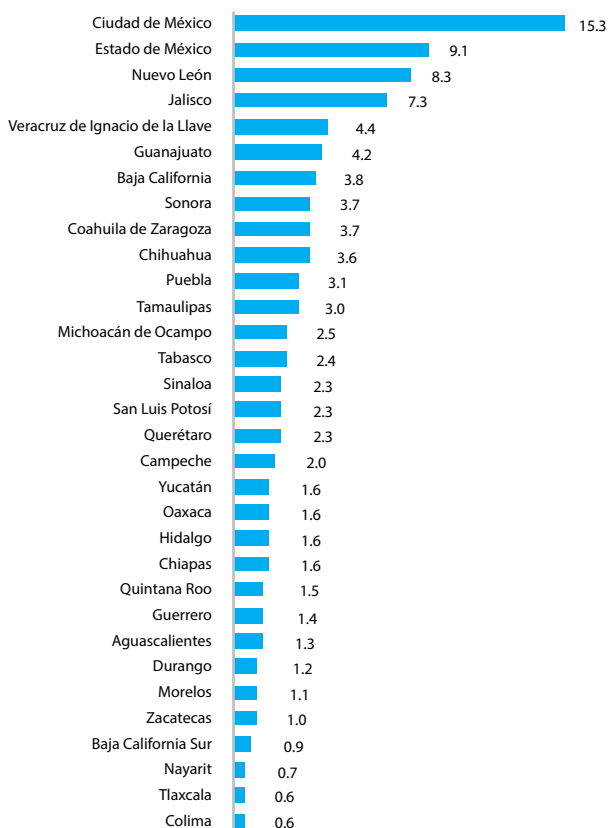
Índice del PIB

Los datos proporcionados por el INEGI (2022) muestran que en 2022 el PIB total fue de 24,225,440 millones de pesos corrientes. Este monto se integró principalmente por la contribución de la Ciudad de México (15.30%), Estado de México (9.10%), Nuevo León (8.30%), Jalisco (7.30%), Veracruz de Ignacio de la Llave (4.40%). En conjunto, contribuyeron con 66.7% del PIB nacional a precios básicos.

La Ciudad de México participó con 3,701,686 millones de pesos, el Estado de México, con 2,212,972 millones; Nuevo León con 2,016,768 millones; Jalisco con 1,759,742 millones; Veracruz de Ignacio de la Llave con 1,075,630 mi-

lones; Guanajuato con 1,029,274 millones; Baja California con 923,218 millones; Coahuila de Zaragoza con 901,801 millones; Sonora con 891,434 millones; Chihuahua con 878,625 millones, y Puebla con 759,807 millones (véase la gráfica 1.15).

Gráfica 1.15. PIB por entidad federativa 2021, porcentaje



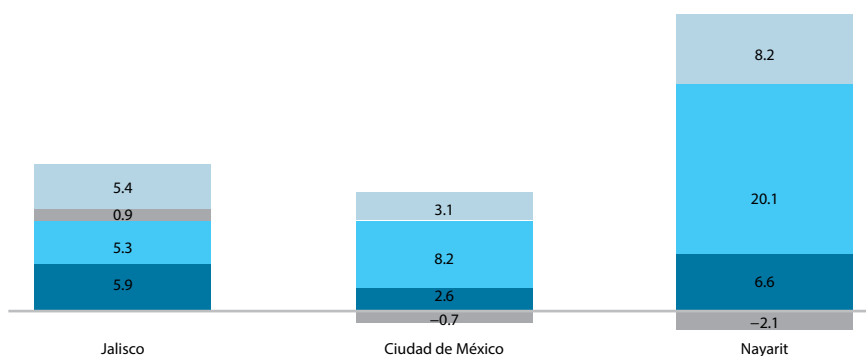
Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

Índice de contribución del PIB por sectores

Se puede observar en la gráfica 1.16, realizada con datos obtenidos del INEGI (2022), la comparación de la Ciudad de México, que se encuentra en primer lugar, con Jalisco en sexto lugar y observando a Nayarit en los últimos lugares.

Durante 2021 la actividad económica de Jalisco registró una variación a tasa anual de 5.4%. Las actividades primarias reportaron un incremento anual de 0.9%, las actividades secundarias un aumento de 5.3% y las actividades terciarias un ascenso de 5.9%. En cuanto a la actividad económica de Nayarit, registró una variación a tasa anual de 8.2%. Las actividades primarias reportaron un descenso anual de 2.1%, las actividades secundarias un aumento de 20.1% y las actividades terciarias un ascenso de 6.6%. Por último, la actividad económica de la Ciudad de México registró una variación a tasa anual de 3.1%. Las actividades primarias reportaron un descenso anual de 0.7%, las actividades secundarias un aumento de 8.2% y las actividades terciarias un ascenso de 2.6 por ciento.

Gráfica 1.16. *Índices de PIB por sectores. Comparación Ciudad de México, Jalisco y Nayarit*

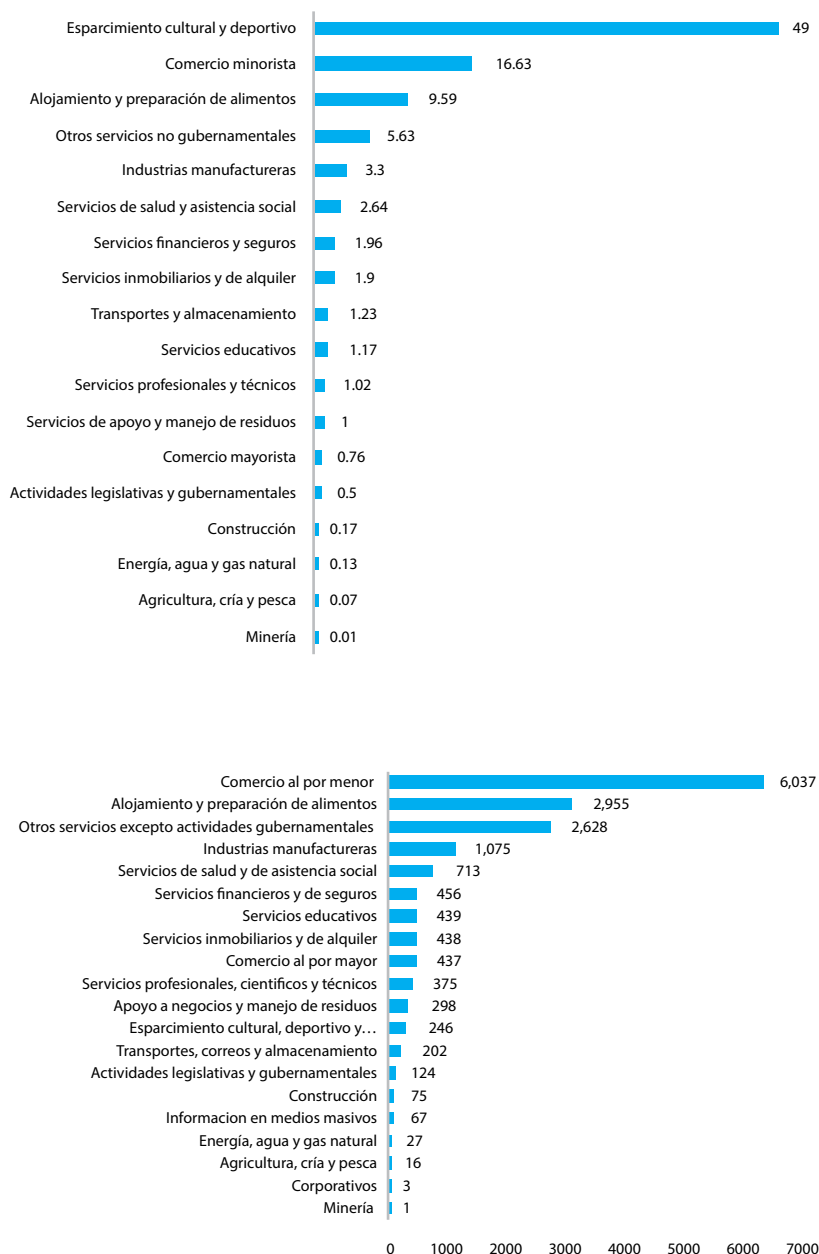


Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI (2022).

Número de empresas por sectores

Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Jalisco fueron comercio al por menor (145,586 unidades), otros servicios excepto actividades gubernamentales (50,210 unidades) y servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (44,452 unidades).

Gráfica 1.17. *Empresas por sectores, porcentaje y número*



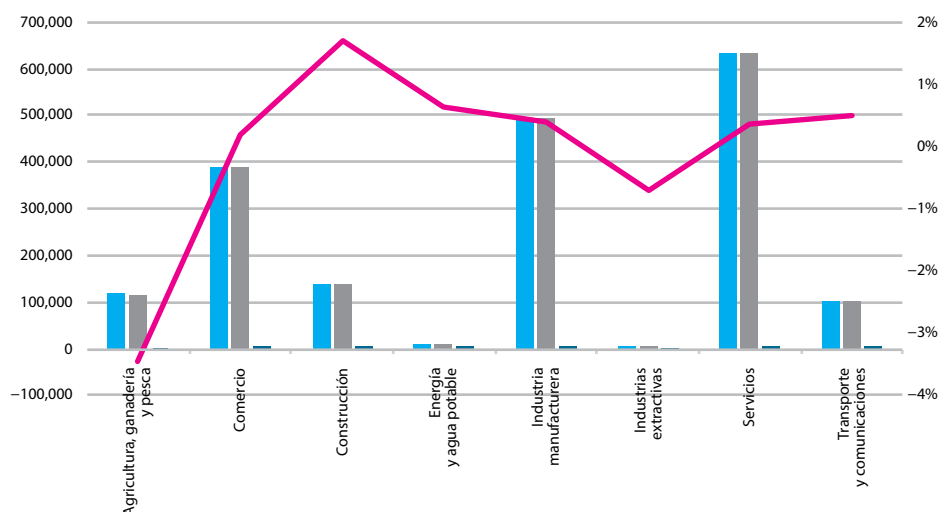
Fuente: Elaboración propia a partir de la Secretaría de Economía (2019).

Número de empresas por giro por sector

De acuerdo con la Ficha Informativa del Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG, 2022), los trabajadores asegurados por sector de actividad económica y municipio, la generación de empleo de 3,517 plazas formales en mayo de 2022 en Jalisco se debió principalmente al sector de la industria de la construcción, donde se reflejó un aumento de 2,327 trabajadores en el mes con una variación mensual de 1.70 por ciento.

El segundo sector que observa un incremento en su registro mensual en términos absolutos fue el de servicios con 2,189 empleos más, con una variación mensual de 0.35%; y en tercer lugar la industria de la transformación, que registró una generación de 1,858 asegurados con una tasa mensual de 0.38%. También mostraron aumento en sus registros el sector comercio, que reporta la generación de 785 nuevos empleos y una tasa mensual de 0.20%; transporte y comunicaciones, con 496 plazas y una tasa de 0.50%; y, por último, la industria eléctrica y captación de agua potable, que refleja un crecimiento de 60 trabajadores en mayo y una tasa mensual de 0.63 por ciento.

Gráfica 1.18. Empleos en Jalisco por sector de actividad económica, mayo de 2022 vs abril de 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de IIEG (2022).

Por otra parte, los sectores que presentaron disminución mensual fueron: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, que observó una reducción de 4,180 empleos formales, con una tasa de -3.46%; y las industrias extractivas, que dieron de baja a 18 trabajadores asegurados, con una tasa mensual de -0.70 por ciento.

En el comparativo anual entre mayo de 2022 y mayo de 2021 (IIEG, 2022), la mayoría de los sectores han observado crecimiento en el empleo: la industria de la transformación con 29,327 nuevos empleos y una variación anual de 6.28%; comercio con 20,530 trabajadores más y una variación de 5.55%; transporte y comunicaciones con 11,257 plazas y una tasa acumulada de 12.59%, siendo la tasa más alta en variación anual; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 8,086 trabajadores con una variación de 7.46%; servicios con 2,828 nuevas plazas y una variación anual de 0.45%; la industria de la construcción con una generación anual de 931 empleos formales presentando una tasa de 0.67%; y las industrias extractivas con 73 trabajadores más y una tasa de 2.96 por ciento.

A diferencia, un solo sector registró disminución, la industria eléctrica y captación de agua potable presentó una pérdida de 407 trabajadores asegurados con una tasa anual de -4.07 por ciento.

Gráfica 1.19. Empleos en Jalisco por sector de actividad económica, anual mayo de 2021 y mayo de 2022, porcentaje

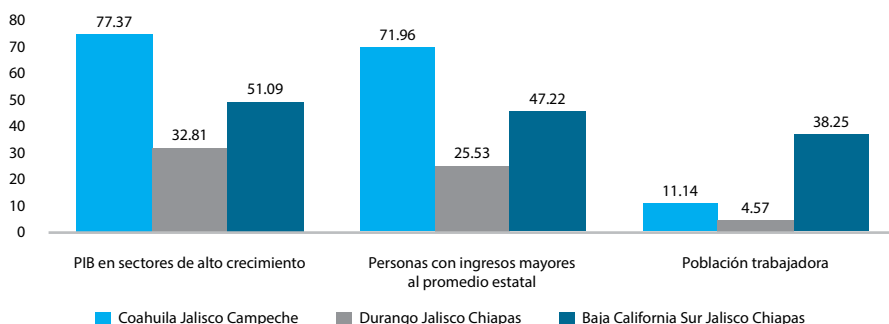


Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2022).

Como resultado, en el siguiente comparativo de índices presentados de Jalisco con un estado del norte y otro del sur del país, se puede identificar

que, Jalisco está por debajo de ambos en el PIB de sectores de alto rendimiento, lo que significa que se focalizan los recursos de producción en sectores tradicionales y con poco emprendimiento en estos. Así mismo, en lo que respecta al porcentaje de personas con ingresos mayores al promedio estatal en estos sectores de alto rendimiento, Jalisco está por debajo de ambos estados, por lo que no se refleja un beneficio real o potencial de su vocación económica en la población, observando el mismo comportamiento en el número de población trabajadora.

Gráfica 1.20. Indicadores, porcentaje



Fuente: Elaboración propia.

Análisis del contexto municipal

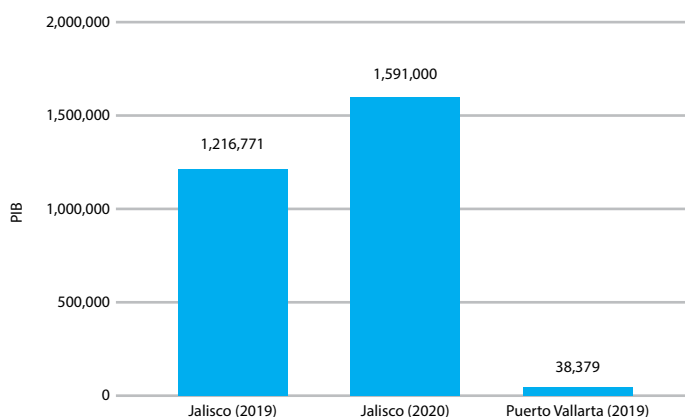
Índice de competitividad

De acuerdo con el gobierno de Jalisco (2021), Puerto Vallarta como Puerto segundo lugar en competitividad, atrás de Los Cabos, entre ciudades de 250 a 500,000 habitantes, al ser una ciudad que cuenta con sectores económicos innovadores y capacidad de atraer y retener más inversión y talento. Puerto Vallarta también destaca como el primer lugar en aprovechamiento de las relaciones internacionales, y aunque en el manejo sustentable del medio ambiente está en el lugar 21, tiene un desempeño adecuado en la capacidad de tratamiento de agua en operación (L/s por cada 1,000 habitantes), en donde tiene el primer lugar.

Índice del PIB

Según el IIEG (2019), Puerto Vallarta logró un PIB de 38,379 millones de pesos, con una variación censal de 73.95%, como se presenta en la gráfica 1.21. Asimismo, se hace una comparación con los estudios más recientes del PIB en el estado de Jalisco, los cuales muestran que: “Durante 2020, la economía de Jalisco registró un PIB nominal de 1,591,000 millones de pesos. Las actividades primarias representan el 7.4%, las secundarias el 30.8% y las terciarias el 61.9 por ciento, del producto total de la entidad” (INEGI, 2021). De igual manera: “Jalisco tuvo un crecimiento de 0.72% en términos reales respecto al año anterior, alcanzando un monto de 1,216,771 millones de pesos en 2019” (IIEG, 2020).

Gráfica 1.21. PIB estatal contra municipal



Fuente: Elaboración propia con información del IIEG (2019-2020) y el INEGI (2021).

Índice de contribución del PIB por sectores

En el cuadro 1.1 y en la gráfica 1.22 se observa el valor agregado censal bruto por actividad económica en Puerto Vallarta. El cuadro tabla está estimado con resultados censales de 2019 y con una escala por cada millón = 100.

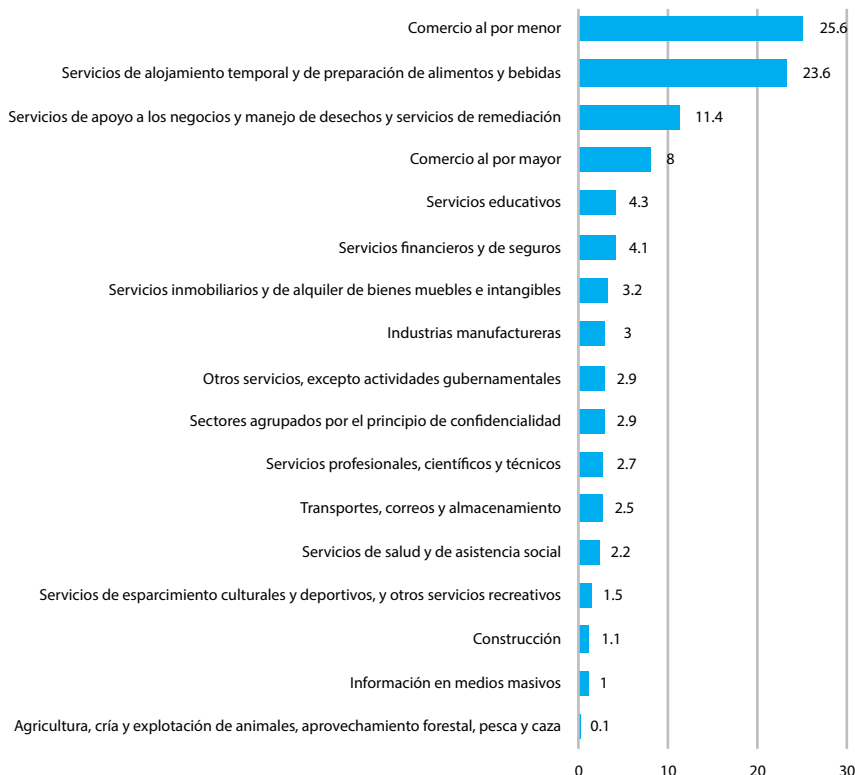
De acuerdo con información del IIEG (2019), se puede observar que los sectores que aportan en mayor medida al PIB municipal son: comercio al por menor con 5,270 (25.57%), servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas con 4,868 (23.62%), servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación con 2,350 (11.40%), comercio por mayor con 1,640 (7.96%), y servicios educativos con 878 (4.26%). Por otro lado, los sectores con menor contribución al PIB en Puerto Vallarta son los siguientes: agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza con 11 (0.05%), información en medios masivos con 204 (0.99%), construcción con 223 (1.08%), servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos con 317 (1.54%), y por último, servicios de salud y de asistencia social con 452 (2.19%).

Cuadro 1.1. *Censos económicos*

Núm.	Sectores	Contribución	Porcentaje
1	Comercio al por menor	5,270	25.57
2	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	4,868	23.62
3	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	2,350	11.40
4	Comercio al por mayor	1,640	7.96
5	Servicios educativos	878	4.26
6	Servicios financieros y de seguros	851	4.13
7	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	661	3.21
8	Industrias manufactureras	614	2.98
9	Otros servicios excepto actividades gubernamentales	598	2.90
10	Sectores agrupados por el principio de confidencialidad	592	2.87
11	Servicios profesionales, científicos y técnicos	564	2.74
12	Transportes, correos y almacenamiento	518	2.51
13	Servicios de salud y de asistencia social	452	2.19
14	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	317	1.54
15	Construcción	223	1.08
16	Información en medios masivos	204	0.99
17	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	11	0.05
	TOTAL	20,611	100

Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.22. Censos económicos, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Número de empresas por sectores

Como es indicado por el IIEG (2019) con información del INEGI, Puerto Vallarta tiene un total de registros de 16,612 unidades económicas. Asimismo, se puede observar en el cuadro 1.2 y grafica 1.23 el número de establecimientos con que cuenta cada sector, como resultado, se obtiene que los sectores con mayor número de establecimientos es el comercio al por menor con 6,037 establecimientos (36.34%), servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas con 2,955 establecimientos (17.79%), otros servicios, excepto actividades gubernamentales con 2,628 establecimientos (15.82%), industrias manufactureras con 1,075 establecimientos

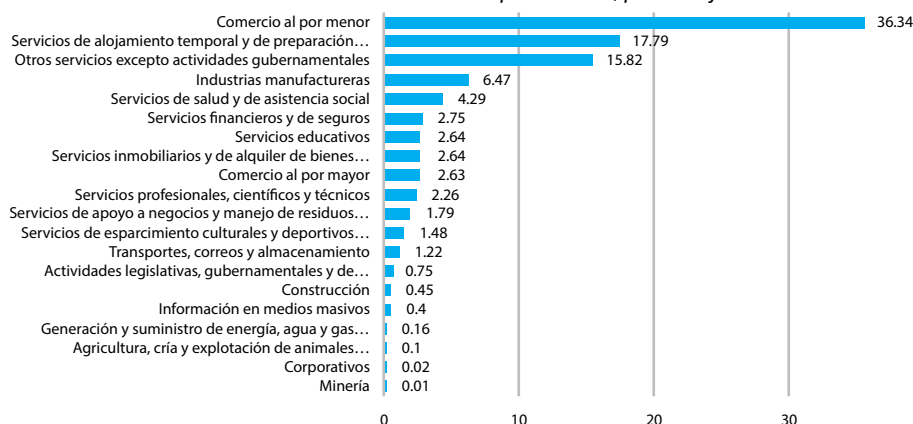
(6.47%), y servicios de salud y de asistencias social con 713 establecimientos (4.29%). En cambio, los sectores con menor número de establecimientos registrados son la minería con 1 establecimiento (0.01%), corporativos con 3 establecimientos (0.02%), agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza con 16 establecimientos (0.10%), generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final con 27 establecimientos (0.16%), e información en medios masivos con 67 establecimientos (0.40%).

Cuadro 1.2. *Número de empresas por sectores*

Núm.	Sectores	Número de establecimientos	Porcentaje
1	Minería	1	0.01
2	Corporativos	3	0.02
3	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	16	0.10
4	Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final	27	0.16
5	Información en medios masivos	67	0.40
6	Construcción	75	0.45
7	Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales	124	0.75
8	Transportes, correos y almacenamiento	202	1.22
9	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	246	1.48
10	Servicios de apoyo a negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	298	1.79
11	Servicios profesionales, científicos y técnicos	375	2.26
12	Comercio al por mayor	437	2.63
13	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	438	2.64
14	Servicios educativos	439	2.64
15	Servicios financieros y de seguros	456	2.75
16	Servicios de salud y de asistencia social	713	4.29
17	Industrias manufactureras	1,075	6.47
18	Otros servicios excepto actividades gubernamentales	2,628	15.82
19	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	2,955	17.79
20	Comercio al por menor	6,037	36.34
TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS		16,612	100

Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.23. Establecimientos por sectores, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

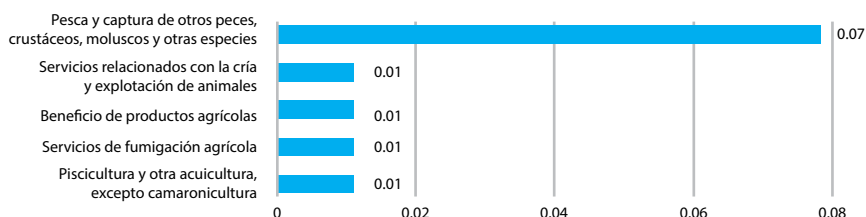
Número de empresas por actividad por sector

A continuación se presenta de manera graficada el número de empresas por actividad con las que cuenta cada sector económico, los porcentajes se denominaron a partir del número total de establecimientos con los que cuenta Puerto Vallarta, abarcando todos los sectores, así como su geolocalización.

Sector de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza

El sector de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, tiene un total de 16 establecimientos, divididos en cinco actividades: apicultura y otra acuicultura, excepto camaronicultura con 1 establecimiento (0.01%), pesca y captura de otros peces, crustáceos, moluscos y otras especies con 11 establecimientos (0.07%), servicios de fumigación agrícola con 1 establecimiento (0.01%), beneficios de productos agrícolas con 1 establecimiento (0.01%), y servicios relacionados con la cría y explotación de animales con 2 establecimientos (0.01%).

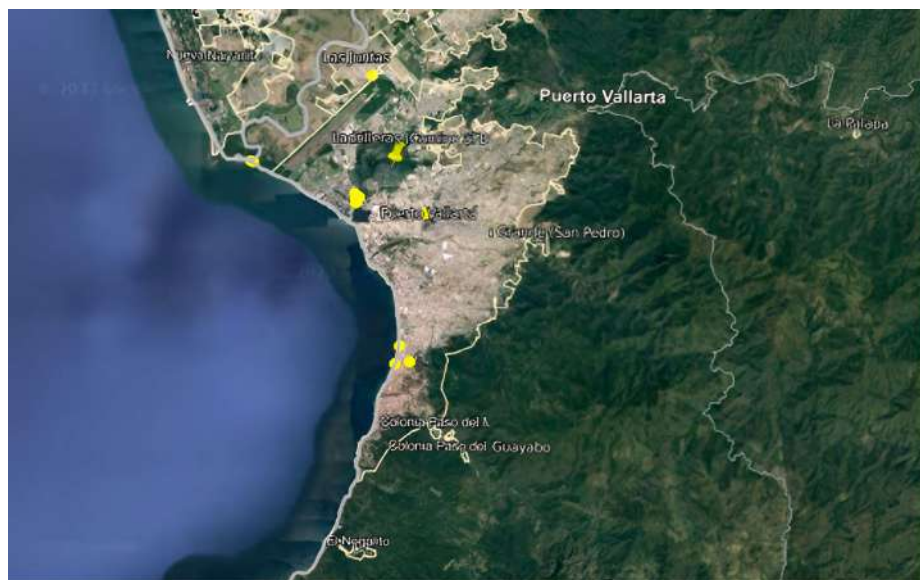
Gráfica 1.24. Sector de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.2. Localización del sector de agricultura cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza

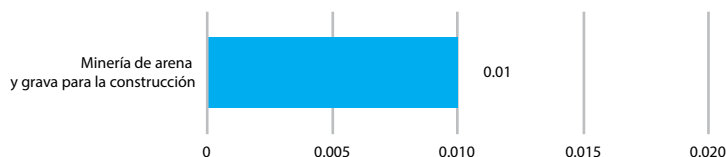


Fuente: DENUE (2023).

Minería

El sector de la minería tiene tan solo 1 establecimiento, su actividad es la minería de arena y grava para la construcción abarcando el (0.01%) del total de actividades por todos los sectores.

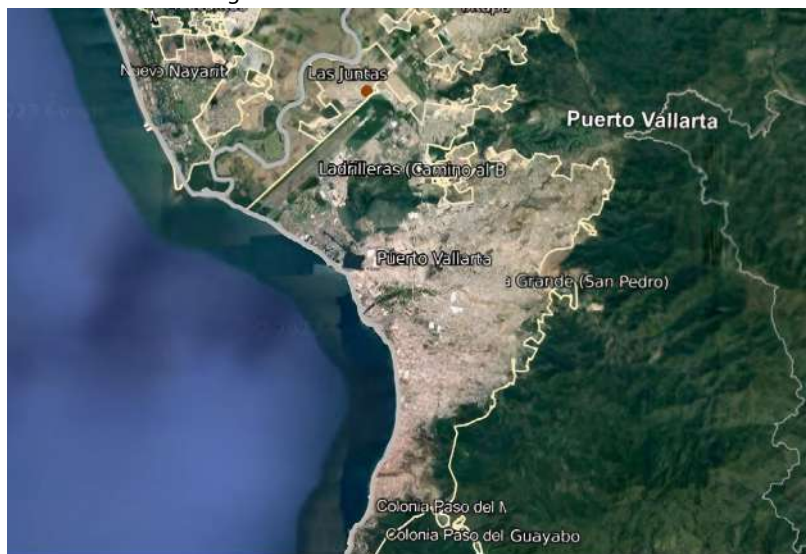
Gráfica 1.25. Sector minería, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

La localización geográfica de este establecimiento se muestra en seguida:

Figura 1.3. Localización del sector minería



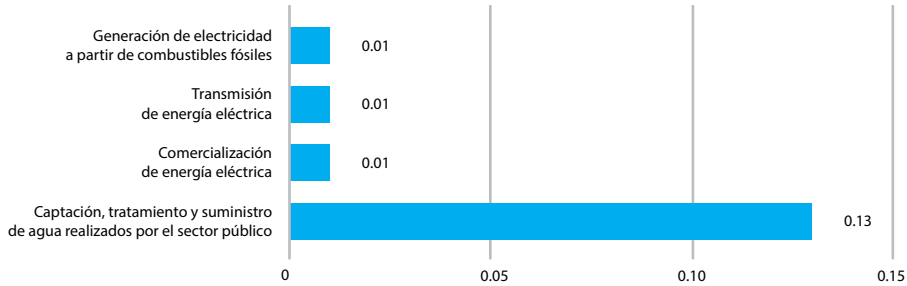
Fuente: DENUE (2023).

Sector de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural

El sector de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final, tiene un total de 27 establecimientos, divididos en 4 actividades: generación de electricidad a partir de combustibles fósiles con 2 estableci-

mientos (0.01%), transmisión de energía eléctrica con 1 establecimiento (0.01%), comercialización de energía eléctrica con 2 establecimientos (0.01%), y captación, tratamiento y suministro de agua realizados por el sector público con 22 establecimientos (0.13%).

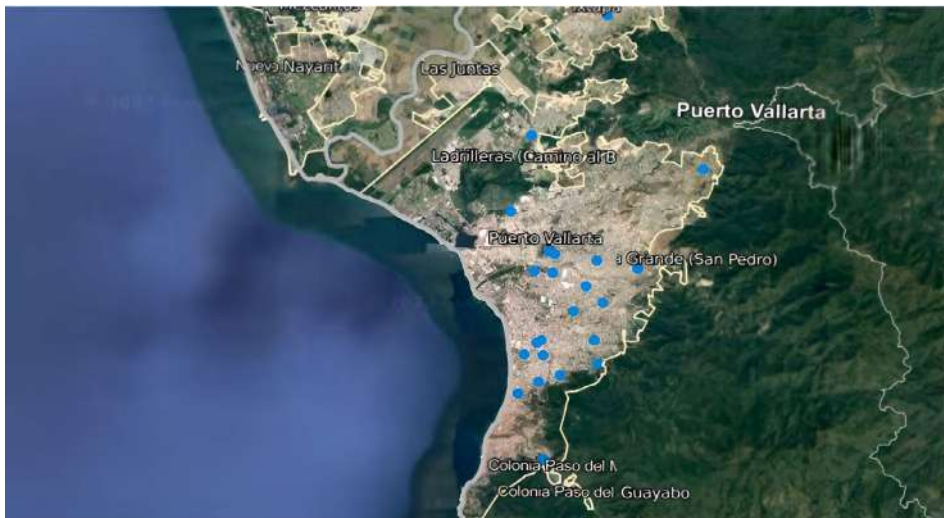
Gráfica 1.26. Sector de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.4. Localización del sector de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural



Fuente: DENUE (2023).

Sector de la construcción

El sector de la construcción cuenta con un total de 75 establecimientos, los cuales están divididos en 23 actividades. Las 4 actividades destacadas con mayor número de establecimientos son: Edificación de inmuebles comerciales y de servicios, excepto la supervisión con 13 establecimientos (0.07%), edificación de vivienda unifamiliar con 12 establecimientos (0.06%), trabajos en exteriores con 11 establecimientos (0.05%) y Edificación de vivienda multifamiliar con 10 establecimientos (0.04%).

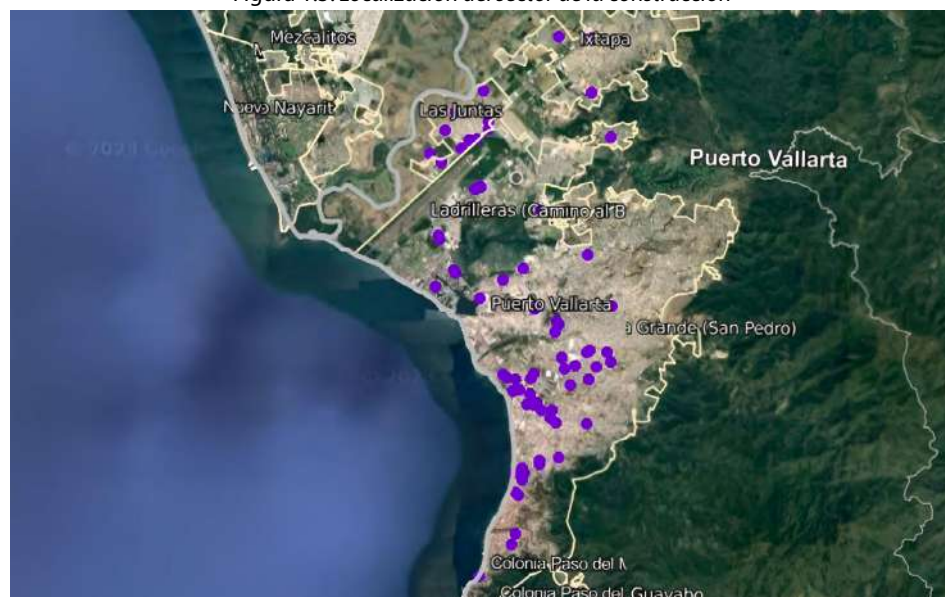
Gráfica 1.27. Sector de la construcción, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.5. Localización del sector de la construcción



Fuente: DENUE (2023).

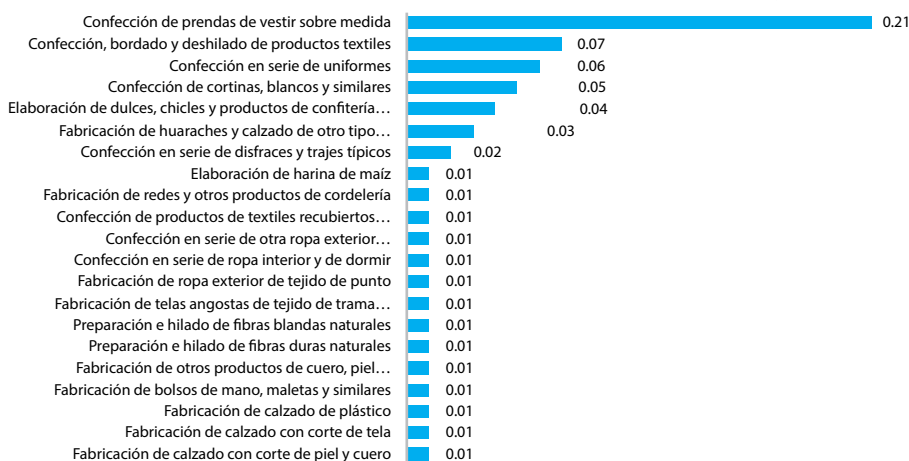
Sector del industrias manufactureras

El sector de industrias manufactureras cuenta con un total de 1,057 establecimientos, los cuales están divididos en 87 actividades.

Las cinco actividades destacadas con mayor número de establecimientos son: la fabricación de productos de herrería con 157 establecimientos (0.95%), elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal con 128 establecimientos (0.77%), planificación tradicional con 106 establecimientos (0.64%), fabricación de productos de madera para la construcción con 90 establecimientos (0.54%), y la impresión de formas continuas y otros impresos con 66 establecimientos (0.40%). Mientras tanto, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: fabricación de bolsos de mano, maletas y similares con 1 establecimiento (0.01%), fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos con 1 estableci-

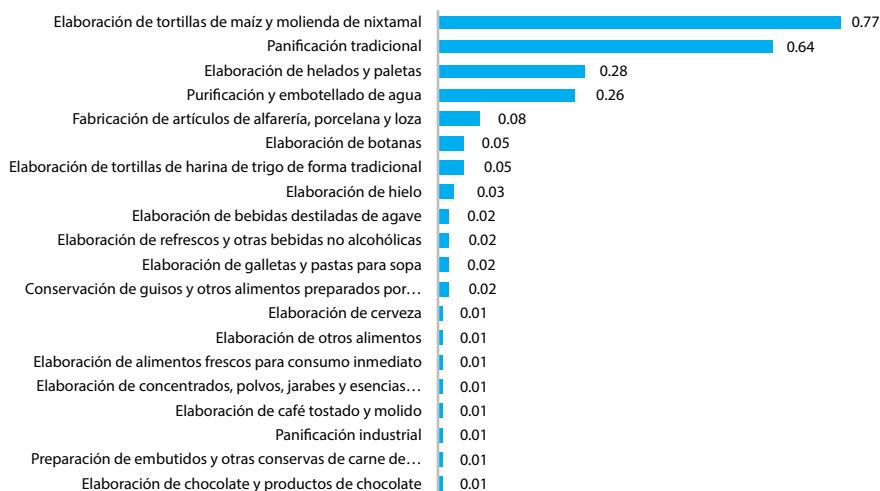
miento (0.01%), fabricación de calzado de plástico con 1 establecimiento (0.01%), preparación e hilado de fibras blandas naturales con 1 establecimiento (0.01%), fabricación de telas angostas de tejido de trama y pasamanería con 1 establecimiento (0.01%), entre otros.

Gráfica 1.28. Sector de industrias manufactureras (1 de 4), porcentaje



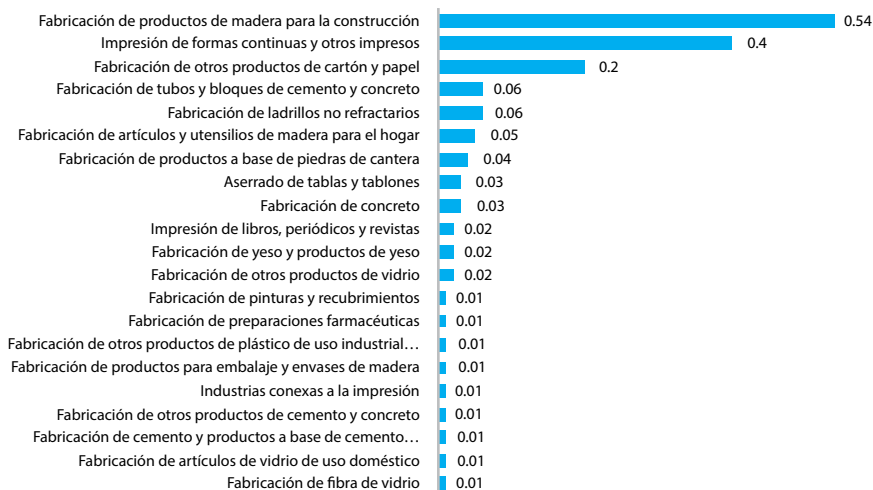
Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.29. Sector de industrias manufactureras (2 de 4), porcentaje



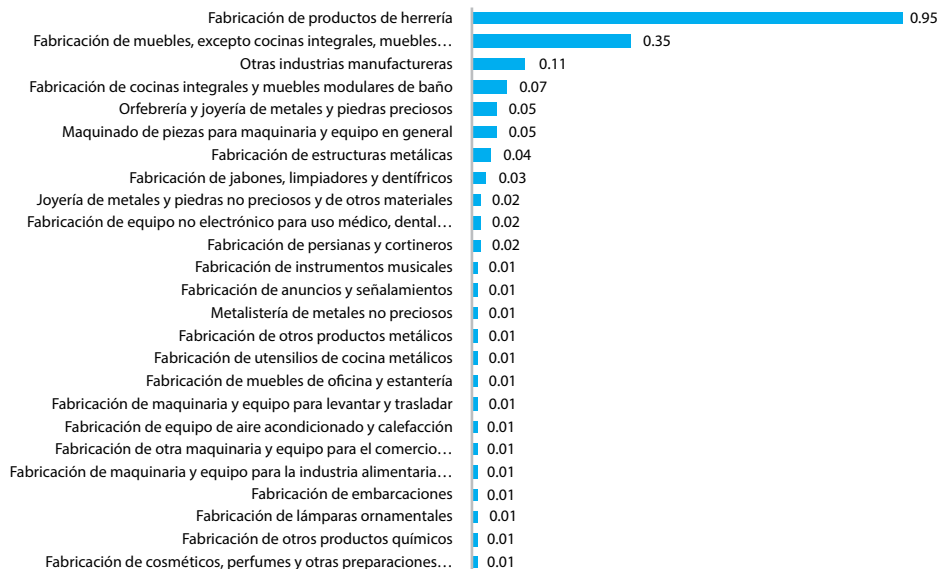
Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.30. Sector de industrias manufactureras (3 de 4), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

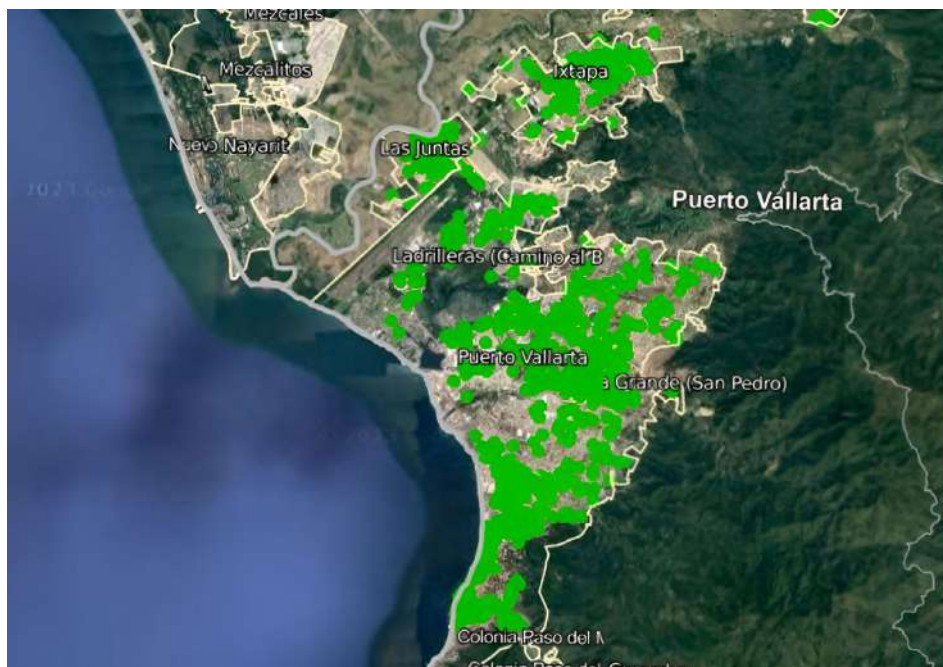
Gráfica 1.31. Sector de industrias manufactureras (4 de 4), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG, (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.6. Localización del Sector de Industria manufacturera



Fuente: DENUE (2023).

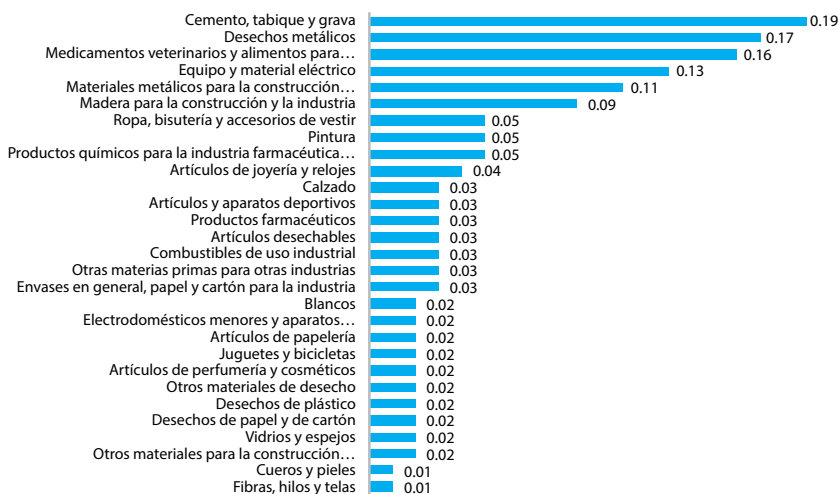
Sector del comercio al por mayor

El sector del comercio al por mayor cuenta con un total de 437 establecimientos, los cuales están divididos en 59 actividades.

Las 5 actividades con mayor número de establecimientos son: cemento, tabique y grava con 31 establecimientos (0.19%), desechos metálicos con 29 establecimientos (0.17%), medicamentos veterinarios y alimentos para animales, excepto mascotas, con 27 establecimientos (0.16%), equipo y material eléctrico con 22 establecimientos (0.13%), materiales metálicos para la construcción y la manufactura con 19 establecimientos (0.11%). En cambio, algunas de las actividades con menor número de actividades son: semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos con 2 establecimientos

(0.01%), dulces y materias primas para la repostería con 2 establecimientos (0.01%), conservadores alimenticios con 1 establecimiento (0.01%), camiones con 1 establecimiento (0.01%), maquinaria y equipo para la construcción y la minería con 2 establecimientos (0.01%).

Gráfica 1.32. Sector del comercio al por mayor (1 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

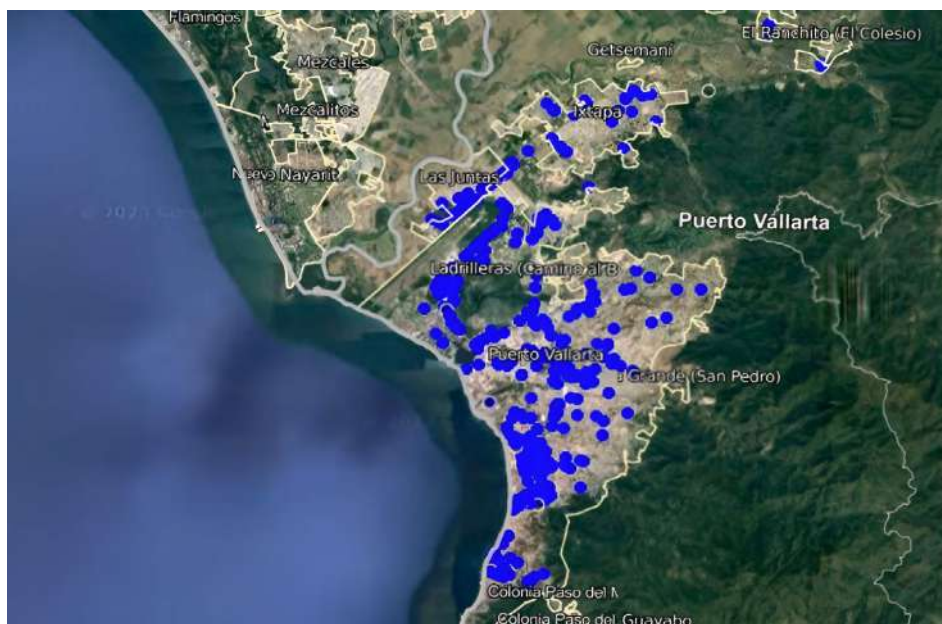
Gráfica 1.33. Sector del comercio al por mayor (2 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.7. Localización del sector de comercio al por mayor



Fuente: DENUE (2023).

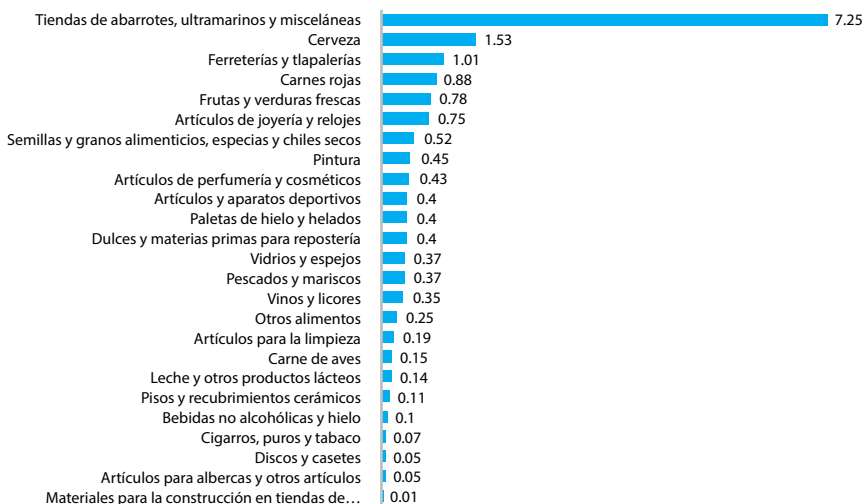
Sector del comercio al por menor

El sector del comercio al por menor cuenta con un total de 6,037 establecimientos, los cuales se dividen en 79 actividades.

Las cinco actividades con mayor número de establecimientos son: tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas con 1,203 (7.25%), tiendas de artesanías con 545 establecimientos (3.28%), ropa, excepto de bebé y lencería con 498 establecimientos (3%), minisúper 260 establecimientos (1.57%), cerveza con 254 establecimientos (1.53%), y artículos de papelería con 222 establecimientos (1.34%). Mientras tanto, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: mantelerías para la construcción en tiendas de autoservicio especializadas con 2 establecimientos (0.01%), lámparas ornamentales y candiles con 1 establecimiento (0.01%), otros com-

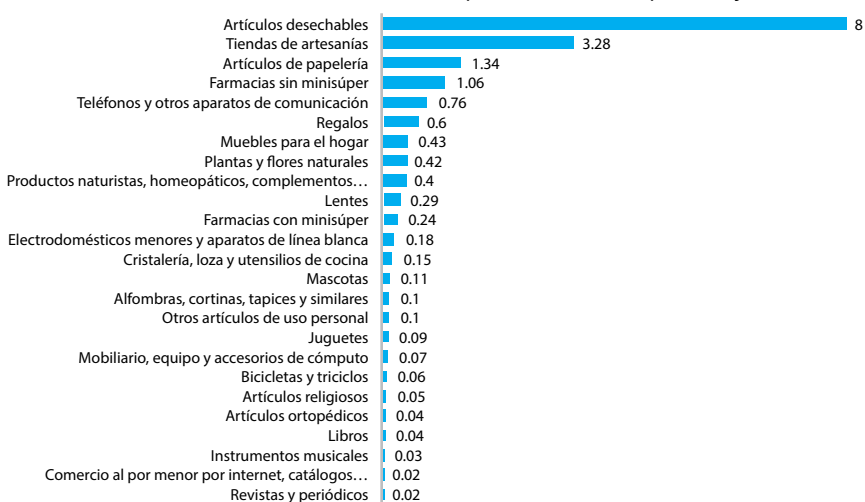
bustibles con 2 establecimientos (0.01%), revistas y periódicos con 4 establecimientos (0.02%), y comercio al por menor exclusivamente a través de internet, y catálogos impresos, televisión y similares con 3 establecimientos (0.02%).

Gráfica 1.34. Sector del comercio al por menor (1 de 3), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.35. Sector del comercio al por menor (2 de 3), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

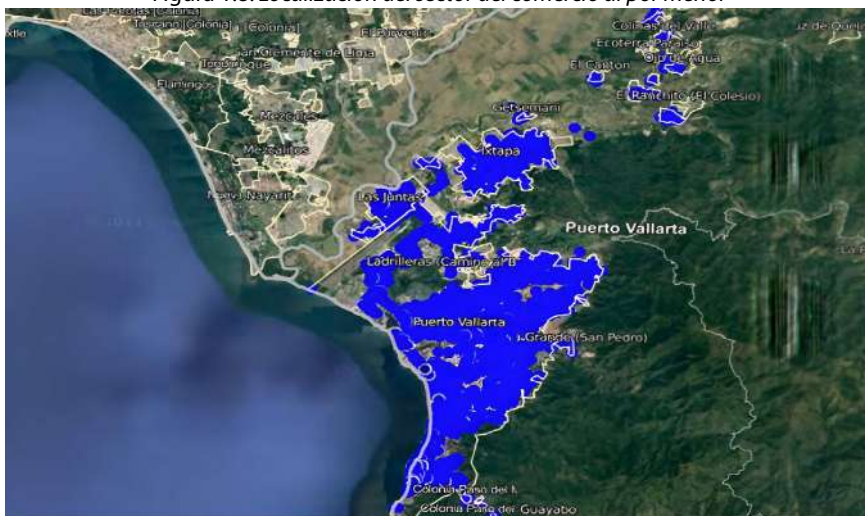
Gráfica 1.36. Sector del comercio al por menor (3 de 3), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.8. Localización del sector del comercio al por menor

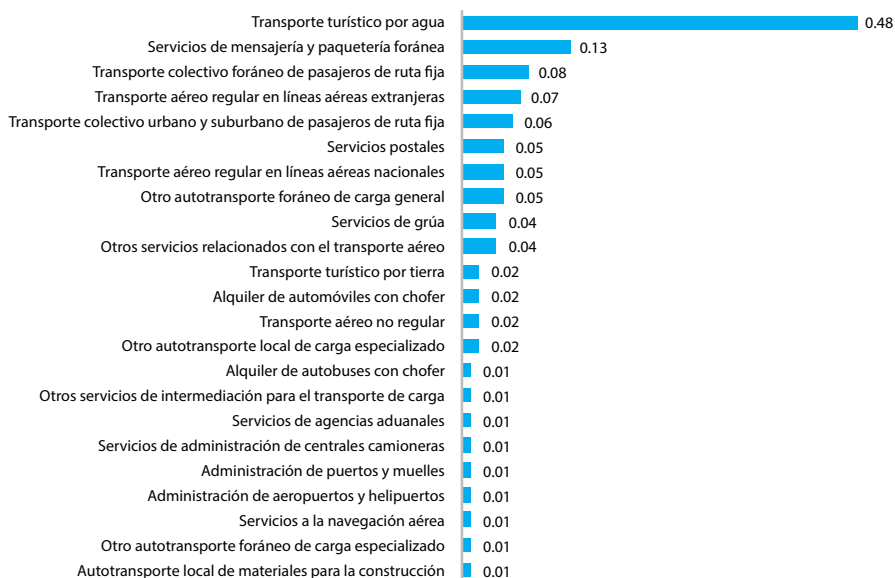


Fuente: DENUE (2023).

Sector de transportes, correos y almacenamiento

El sector de transportes, correos y almacenamiento cuenta con un total de 202 establecimientos, los cuales están divididos en 23 actividades:

Gráfica 1.37. Sector de transportes, correos y almacenamiento, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Otro autotransporte foráneo de carga general con 9 establecimientos (0.05%), autotransporte local de materiales para la construcción con 1 establecimiento (0.01%), otro autotransporte local de carga especializado con 3 establecimientos (0.02%), otro autotransporte foráneo de carga especializado con 1 establecimiento (0.01%), servicios a la navegación aérea con 1 establecimiento (0.01%), administración de aeropuertos y helipuertos con 1 establecimiento (0.01%), otros servicios relacionados con el transporte aéreo con 6 establecimientos (0.04%), administración de puertos y muelles con 1 establecimiento (0.01%), servicios de grúa con 7 establecimientos (0.04%), servicios de administración de centrales camioneras con 1 establecimiento (0.01%), servicios de agencias aduanales con 2 establecimientos (0.01%), otros servicios de intermediación para el transporte de carga con

2 establecimientos (0.01%), transporte aéreo regular en líneas aéreas nacionales con 9 establecimientos (0.05%), transporte aéreo no regular con 3 establecimientos (0.02%), transporte colectivo urbano y suburbano de pasajeros de ruta fija con 10 establecimientos (0.06%), transporte colectivo foráneo de pasajeros de ruta fija con 14 pasajeros (0.08%), alquiler de automóviles con chofer con 4 establecimientos (0.02%), alquiler de autobuses con chofer con 2 establecimientos (0.01%), transporte turístico por tierra con 4 establecimientos (0.02%), transporte turístico por agua con 80 establecimientos (0.48%), servicios de mensajería y paquetería foránea con 22 establecimiento (0.13%) y servicios postales con 8 establecimientos (0.05%).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.9. Localización de sector de transportes, correos y almacenamiento



Fuente: DENUE (2023).

Sector de información en medios masivos

El sector de información en medios masivos cuenta con un total de 67 establecimientos, los cuales se dividen en 13 actividades.

Edición de periódicos con 1 establecimiento (0.01%), edición de periódicos integrada con la impresión con 3 establecimientos (0.02%), edición de revistas y otras publicaciones periódicas con 2 establecimientos (0.01%),

producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales con 1 establecimiento (0.01%), exhibición de películas y otros materiales audiovisuales con 6 establecimientos (0.04%), bibliotecas y archivos del sector privado con 1 establecimiento (0.01%), biblioteca y archivos del sector público con 4 establecimientos (0.02%), procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados con 4 establecimientos (0.04%), transmisión de programas de radio con 10 establecimientos (0.06%), transmisión de programas de televisión con 1 establecimiento (0.01%), operadores de servicios de telecomunicaciones con 10 establecimientos (0.06%), operadores de servicios de telecomunicaciones inalámbricas con 13 establecimientos (0.08%), y finalmente, otros servicios de telecomunicaciones con 11 establecimientos (0.07%).

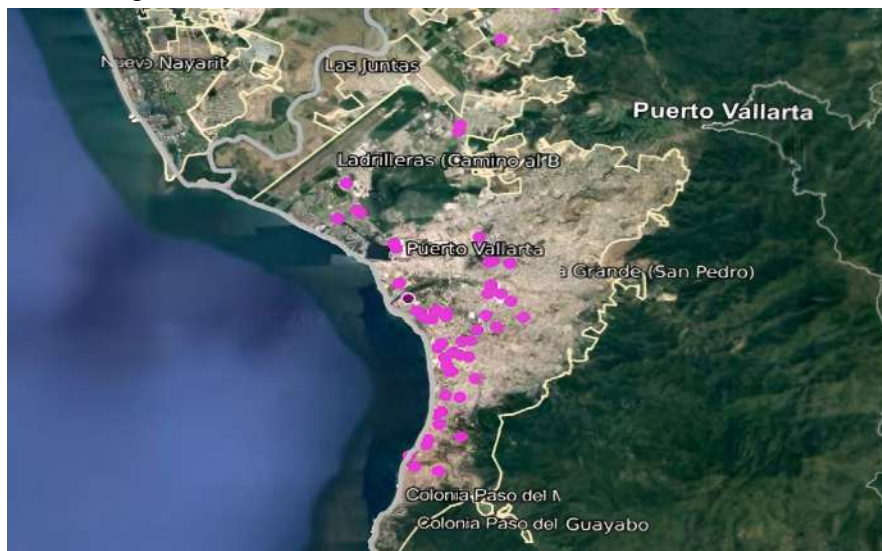
Gráfica 1.38. Sector de información en medios masivos, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir de IIEG, (2019)

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.10. Localización del sector de información en medios masivos



Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios financieros y de seguros

El sector de servicios financieros y de seguros cuenta con 456 establecimientos, los cuales están divididos en 18 actividades.

Casas de bolsa con 1 establecimiento (0.01%), casas de cambio con 5 establecimientos (0.03%), centros de cambiarios con 15 establecimientos (0.9%), otros servicios relacionados con la intermediación bursátil con 1 establecimiento (0.01%), compañías de seguros con 13 establecimientos (0.08%), agentes, ajustadores y gestores de seguros y fianzas con 19 establecimientos (0.11%), administración de cajas de pensión y de seguros independientes con 6 establecimientos (0.04%), banca múltiple con 325 establecimientos (1.96%), banca de desarrollo con 3 establecimientos (0.02%), fondos y fideicomisos financieros con 2 establecimientos (0.01%), uniones de crédito con 2 establecimientos (0.01%), cajas de ahorro popular con 11 establecimientos (0.07%), otras instituciones de ahorro y préstamo con 1 establecimiento (0.01%), compañías de autofinanciamiento con 3 establecimientos (0.02%), montepíos con 3 establecimientos (0.02%), casas de empeño con 11 establecimientos (0.07%), sociedades financieras de objeto

múltiple con 29 establecimientos (0.17%), y otras instituciones de intermediación crediticia y financiera no bursátil con 6 establecimientos (0.04%).

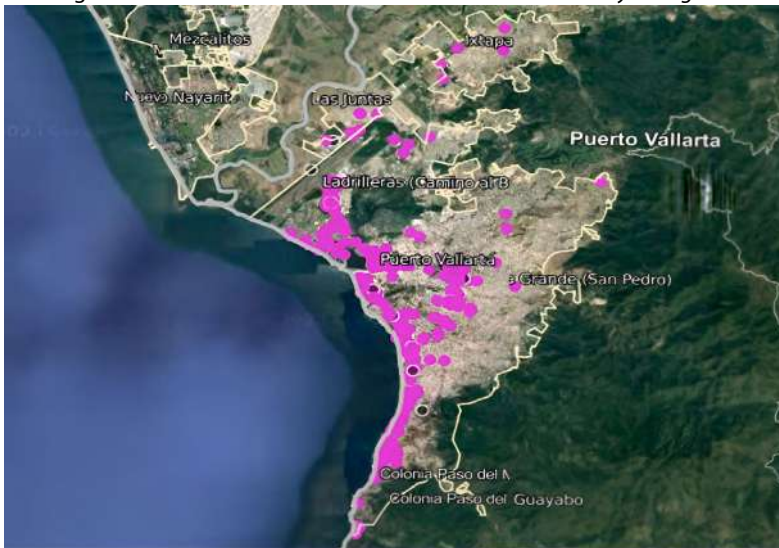
Gráfica 1.39. Sector de servicios financieros y de seguros, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.11. Localización del sector de servicios financieros y de seguros



Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

El sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles cuenta con 438 establecimientos, los cuales se dividen en 21 actividades.

Alquiler de automóviles sin chofer con 47 establecimientos (0.28%), alquiler de aparatos eléctricos y electrónicos para el hogar y personales con 3 establecimientos (0.02%), alquiler de prendas de vestir con 7 establecimientos (0.04%), alquiler de mesas, sillas, vajillas y similares con 23 establecimientos (0.014%), alquiler de otros artículos para el hogar y personales con 4 establecimientos (0.02%), centros generales de alquiler con 4 establecimientos (0.02%), alquiler de maquinaria y equipo para construcción, minería y actividades forestales con 10 establecimientos (0.06%), alquiler de equipo de cómputo y de otras máquinas y mobiliario de oficina con 1 establecimiento (0.01%), alquiler de maquinaria y equipo agropecuario, pesquero y para la industria manufacturera con 2 establecimientos (0.01%), alquiler de maquinaria y equipo para mover, levantar y acomodar materiales con 5 establecimientos (0.03%), alquiler de maquinaria y equipo comercial y de servicios con 8 establecimientos (0.05%), alquiler sin intermediación de viviendas amuebladas con 3 establecimientos (0.02%), alquiler sin intermediación de viviendas no amuebladas con 5 establecimientos (0.03%), alquiler sin intermediación de salones para fiestas y convenciones con 81 establecimientos (0.49%), alquiler sin intermediación de oficinas y locales comerciales con 14 establecimientos (0.06%), alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares con 2 establecimientos (0.01%), alquiler sin intermediación de edificios industriales dentro de un parque industrial con 1 establecimiento (0.01%), alquiler sin intermediación de otros bienes raíces con 2 establecimientos (0.01%), inmobiliarias y corredores de bienes raíces con 84 establecimientos (0.51%), servicios de administración de bienes raíces con 103 establecimientos (0.62%), y otros servicios relacionados con los servicios inmobiliarios con 29 establecimientos (0.017%).

Gráfica 1.40. Sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.12. Localización del sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



Fuente: DENU (2023).

Sector de servicios profesionales, científicos y técnicos

El sector de servicios profesionales, científicos y técnicos cuenta con un total de 375 establecimientos, los cuales se dividen en 28 actividades.

Gráfica 1.41. Sector de servicios profesionales, científicos y técnicos, porcentaje



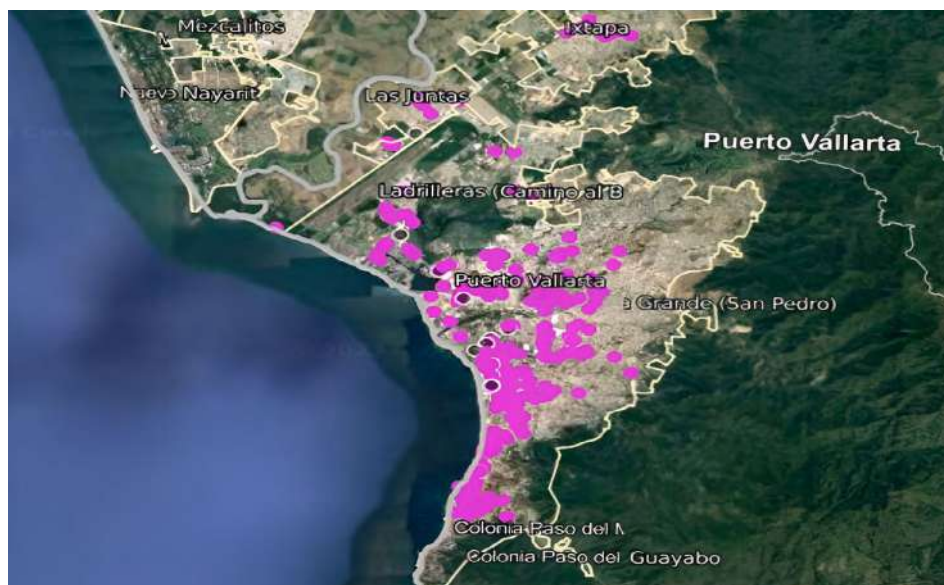
Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Las cinco actividades con mayor número de establecimientos son: servicios de contabilidad y auditoría con 90 establecimientos (0.54%), bufetes jurídicos con 80 establecimientos (0.48%), servicios veterinarios para mascotas prestados por el sector privado con 49 establecimientos (0.30%), servicios de fotografía y videograbación con 27 establecimientos (0.16%), servicios de consultoría en administración con 25 establecimientos (0.15%). Por otro lado, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: servicios de dibujo con 1 establecimiento (0.01%), servicios de inspección de edificios con 1 establecimiento (0.01%), otros servicios de consultoría científica y técnica con 1 establecimiento (0.01%), servicios de investiga-

ción científica y desarrollo en ciencias naturales y exactas, ingenierías, y ciencias de la vida, prestados por el sector privado con 1 establecimiento (0.01%), servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias naturales y exactas, ingenierías, y ciencias de la vida, prestados por el sector público con 1 establecimiento (0.01%), entre otros.

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.13. Localización del sector de servicios profesionales, científicos y técnicos

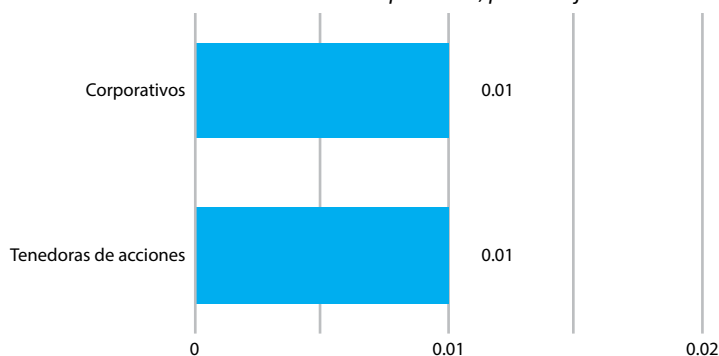


Fuente: DENE (2023).

Sector de corporativos

El sector de corporativos cuenta con un total de 3 establecimientos, los cuales están divididos en 2 actividades: corporativos con 2 establecimientos (0.01%), y tenedoras de acciones con 1 establecimiento (0.01%).

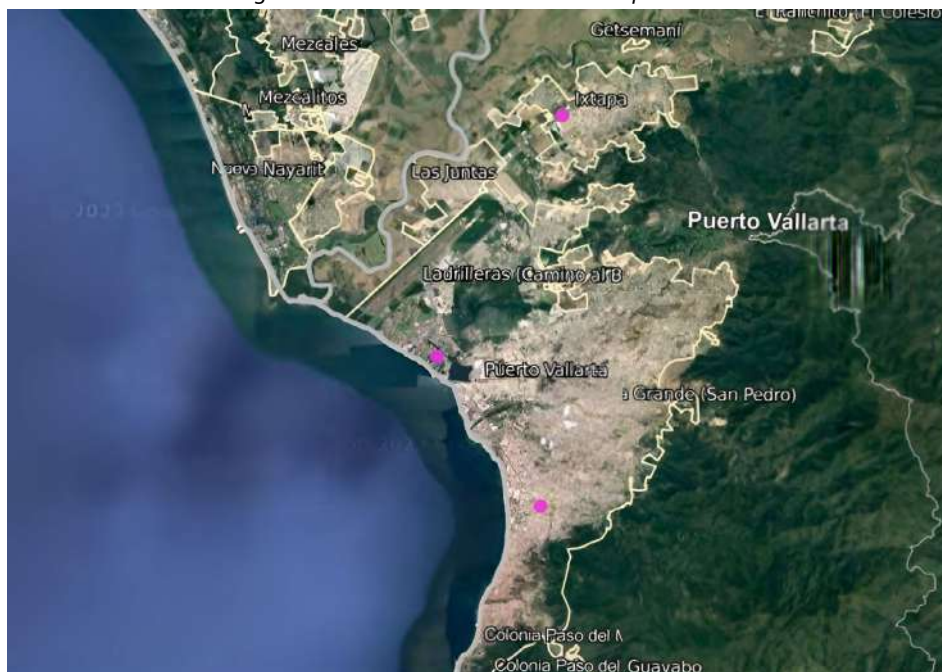
Gráfica 1.42. Sector de corporativos, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.14. Localización del sector de corporativos



Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación

El sector de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación cuenta con un total de 298 establecimientos, los cuales se dividen en 17 actividades.

Servicios de administración de negocios con 15 establecimientos (0.09%), servicios combinados de apoyo en instalaciones con 7 establecimientos (0.04%), agencias de colocación con 3 establecimientos (0.02%), agencias de empleo temporal con 2 establecimientos (0.01%), suministro de personal permanente con 4 establecimientos (0.02%), servicios de llamadas telefónicas y promoción por teléfono con 2 establecimientos (0.01%), servicios de fotocopiado, fax y afines con 17 establecimiento (0.10%), servicios de acceso a computadoras con 85 establecimientos (0.51%), agencias de cobranza con 4 establecimientos (0.02%), otros servicios de apoyo secretarial y similares con 1 establecimiento (0.01%), agencias de viajes con 82 establecimientos (0.49%), organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes (operadores de *tours*) con 29 establecimientos (0.17%), otros servicios de reservaciones con 14 establecimientos (0.08%), servicios de investigación y de protección y custodia, excepto mediante monitoreo con 15 establecimientos (0.09%), servicios de protección y custodia mediante el monitoreo de sistemas de seguridad con 4 establecimientos (0.02%), servicios de control y exterminación de plagas con 7 establecimientos (0.04%), servicios de instalación y mantenimiento de áreas verdes con 1 establecimiento (0.01%), otros servicios de apoyo a los negocios con 6 establecimientos (0.04%).

Gráfica 1.43. Sector de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.15. Localización del sector de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación

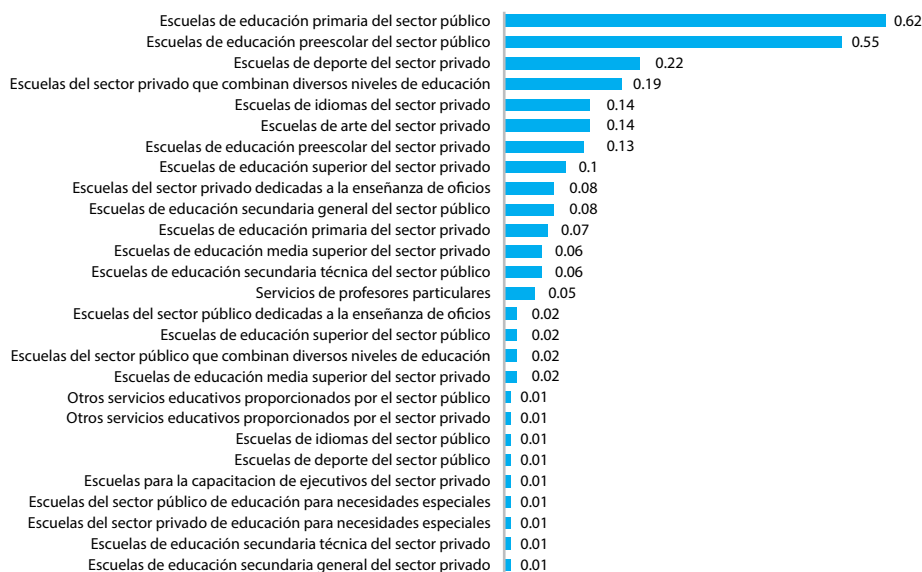


Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios educativos

El sector de servicios educativos cuenta con un total de 439, los cuales están divididos en 27 actividades. Las cinco actividades destacadas por un mayor número de establecimientos son: escuelas de educación primaria del sector público con 103 establecimientos (0.62%), escuelas de educación preescolar del sector público con 92 establecimientos (0.55%), escuelas de deporte del sector privado con 37 establecimientos (0.22%), escuelas del sector privado que combinan diversos niveles de educación con 31 establecimientos (0.19%), escuelas de arte del sector privado con 24 establecimientos (0.14%). Al contrario, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: escuelas de educación secundaria general del sector privado con 1 establecimiento (0.01%), escuelas de educación secundaria técnica del sector privado con 1 establecimiento (0.01%), escuelas para la capacitación de ejecutivos del sector privado con 1 establecimiento (0.01%), escuelas de deporte del sector público con 1 establecimiento (0.01%), escuelas de idiomas del sector público con 1 establecimiento (0.01%).

Gráfica 1.44. Sector de servicios educativos, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.16. Localización del sector de servicios educativos



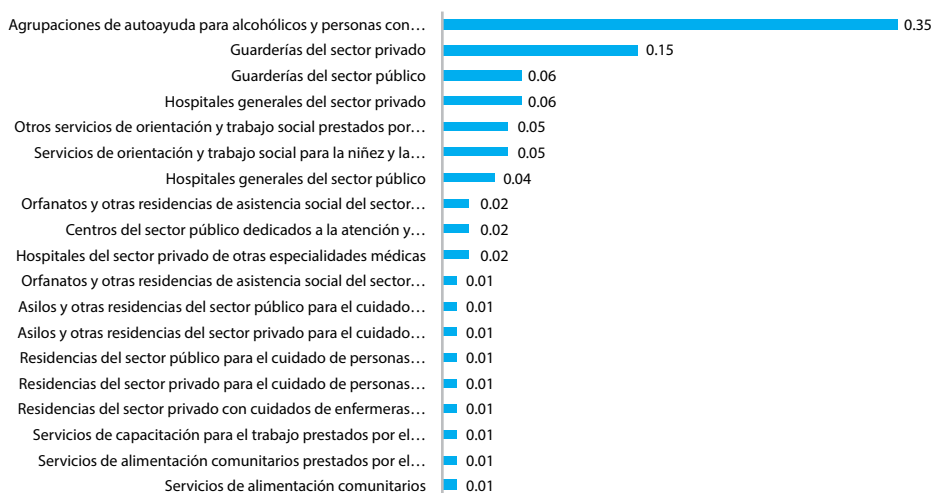
Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios de salud y de asistencia social

El sector de servicios de salud y asistencia social cuenta con un total de 713 establecimientos, los cuales se dividen en 38 actividades. Las cinco actividades con mayor número de establecimientos son: consultorios dentales del sector privado con 174 establecimientos (1.05%), consultorios de medicina general del sector público con 91 establecimientos (0.55%), consultorios de medicina general del sector privado con 75 establecimientos (0.45%), agrupaciones de autoayuda para alcohólicos y personas con otras adicciones con 58 establecimientos (0.35%), y laboratorios médicos y de diagnóstico del sector privado con 40 establecimientos (0.24%). En cambio, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: residencias del sector privado con cuidados de enfermeras para enfermos convalecientes, en rehabilitación, incurables y terminales con 1 establecimiento (0.01%), residencias del sector privado para el cuidado de personas con problemas de retardo mental con 1 establecimiento (0.01%), residencias del sector

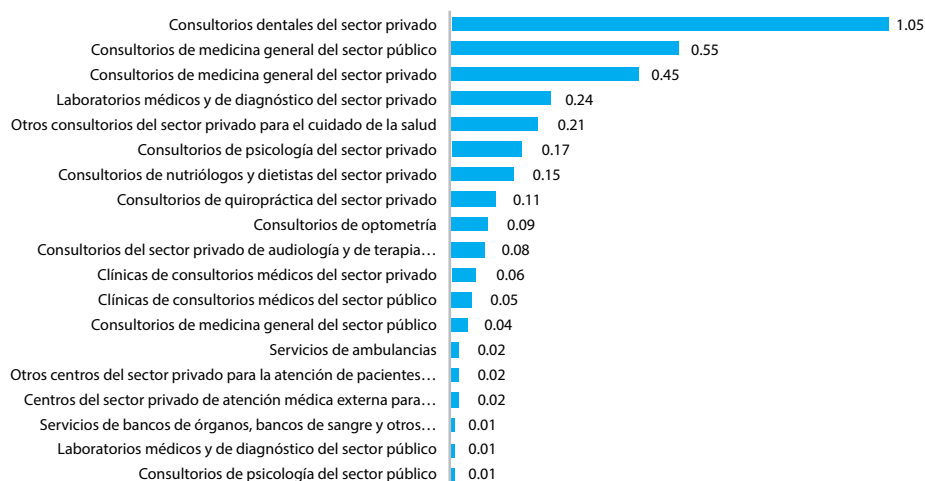
público para el cuidado de personas con problemas de trastorno mental y adicción con 1 establecimiento (0.01%), consultorios de psicología del sector público con 1 establecimiento (0.01%), laboratorios médicos y de diagnóstico del sector público con 1 establecimiento (0.01%), entre otras.

Gráfica 1.45. Sector de servicios de salud y asistencia social (1 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

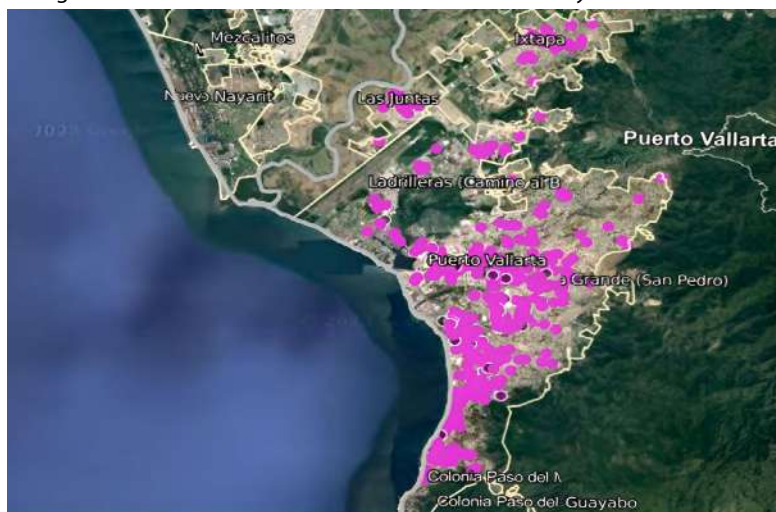
Gráfica 1.46. Sector de servicios de salud y asistencia social (2 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.17. Localización del Sector de servicios de salud y asistencia social



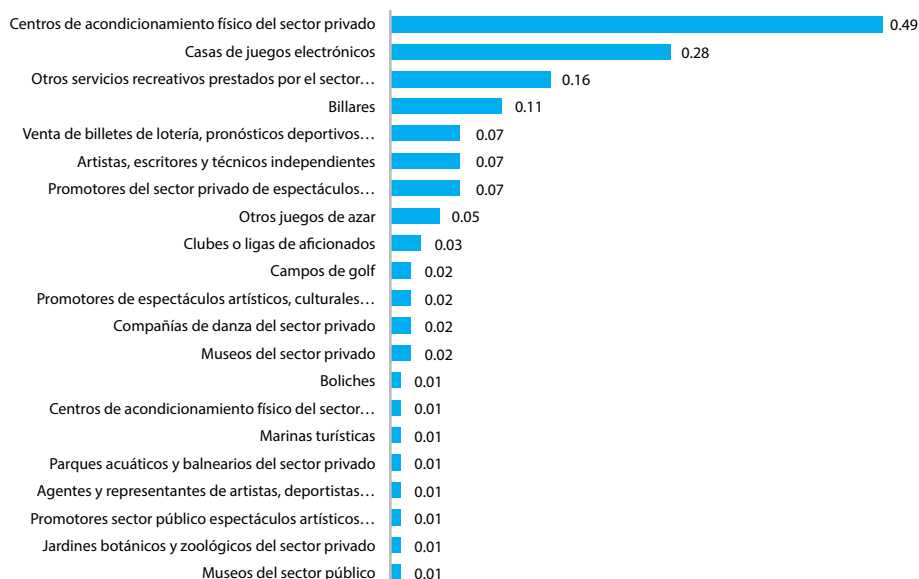
Fuente: DENUE (2023).

Sector de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos

El sector de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos cuenta con un total de 246 establecimientos, los cuales se dividen en 21 actividades: museos del sector privado con 4 establecimientos (0.02%), museos del sector público con 2 establecimientos (0.01%), jardines botánicos y zoológicos del sector privado con 2 establecimientos (0.01%), compañías de danza del sector privado con 3 establecimientos (0.02%), promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos con 11 establecimientos (0.07%), promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos con 1 establecimiento (0.01%), promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos con 3 establecimientos (0.02%), agentes y repre-

sentantes de artistas, deportistas y similares con 1 establecimiento (0.01%), artistas, escritores y técnicos independientes con 11 establecimientos (0.07%), parques acuáticos y balnearios del sector privado con 2 establecimientos (0.01%), casas de juegos electrónicos con 47 establecimientos (0.28%), venta de billetes de lotería, pronósticos deportivos y otros boletos de sorteo con 12 establecimientos (0.07%), otros juegos de azar con 8 establecimientos (0.05%), campos de golf con 3 establecimientos (0.02%).

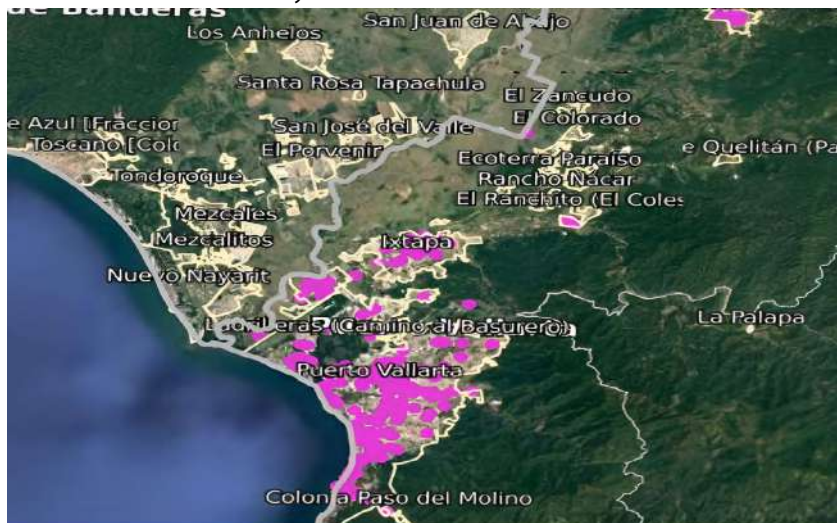
Gráfica 1.47. Sector de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.18. Localización del sector de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos



Fuente: DENEUE (2023).

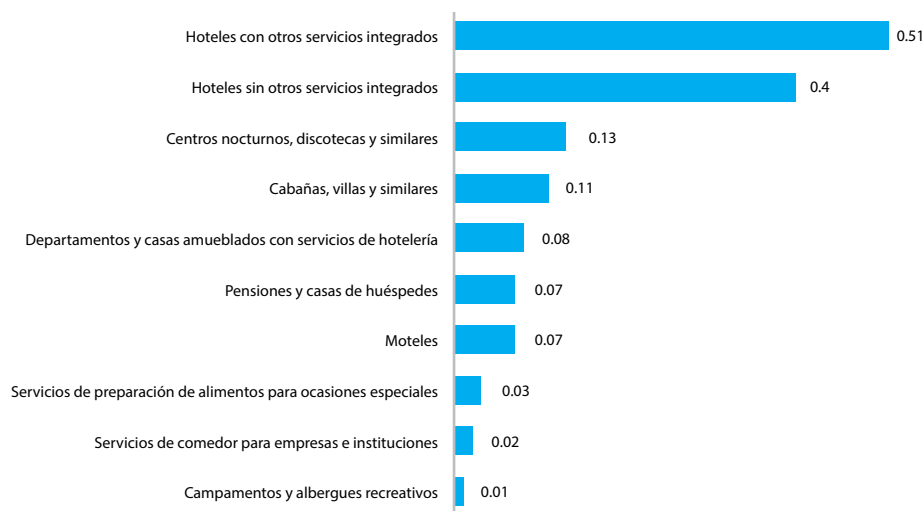
Sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas

El sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas cuenta con un total de 2,955 establecimientos, los cuales se dividen en 20 actividades.

Hoteles con otros servicios integrados con 85 establecimientos (0.51%), hoteles sin otros servicios integrados con 67 establecimientos (0.40%), moteles con 11 establecimientos (0.07%), cabañas, villas y similares con 18 establecimientos (0.11%), campamentos y albergues recreativos con 1 establecimiento (0.01%), pensiones y casas de huéspedes con 12 establecimientos (0.07%), departamentos y casas amuebladas con servicios de hotelería con 13 establecimientos (0.08%), servicios de comedor para empresas e instituciones con 3 establecimientos (0.02%), servicios de preparación de alimentos para ocasiones especiales con 5 establecimientos (0.03%), centros nocturnos, discotecas y similares con 22 establecimientos (0.13%), bares, cantinas y similares con 145 establecimientos (0.87%), restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o comida corrida con 500 esta-

blecimientos (3.01%), restaurantes con servicio de preparación de pescado y mariscos con 227 establecimientos (1.37%), restaurantes con servicio de preparación de antojitos con 276 establecimientos (1.66%), restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas con 777 establecimientos (4.68%), cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares con 315 establecimientos (1.90%), restaurantes de autoservicio con 52 establecimientos (0.31%), restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hotdogs y pollos rostizados para llevar con 206 establecimientos (1.24%), restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar con 77 establecimientos (0.46%), y servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato con 143 establecimientos (0.86%).

Gráfica 1.48. *Sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (1 de 2), porcentaje*



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

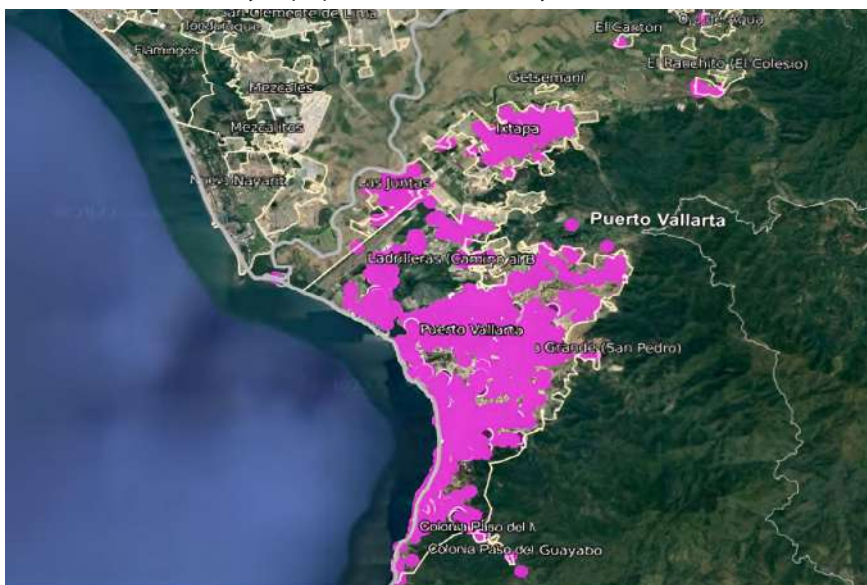
Gráfica 1.49. Sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (2 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.19. Localización del sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas



Fuente: DENUE (2023).

Sector de otros servicios excepto actividades gubernamentales

El sector de otros servicios excepto actividades gubernamentales cuenta con un total de 2,628 establecimientos, los cuales se dividen en 40 actividades.

Las cinco actividades con mayor número de establecimientos son: salones y clínicas de belleza y peluquerías con 934 establecimientos (5.63%), reparación mecánica en general de automóviles y camiones con 241 establecimientos (1.45%), lavanderías y tintorerías con 204 establecimientos (1.23%), asociaciones y organizaciones religiosas con 199 establecimientos (1.20%), y hojalatería y pintura de automóviles y camiones con 92 establecimientos (0.55%). En cambio, algunas de las actividades con menor número de establecimientos son: servicios de revelado e impresión de fotografías con 1 establecimiento (0.01%), administración de cementerios pertenecientes al sector privado con 2 establecimientos (0.01%), baños públicos con 2 establecimientos (0.01%), reparación de suspensiones de automóviles y camiones con 2 establecimientos (0.01%), alineación y balanceo de automóviles y camiones con 2 establecimientos (0.01%), entre otros.

Gráfica 1.50. Sector de otros servicios excepto actividades gubernamentales (1 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Gráfica 1.51. Sector de otros servicios excepto actividades gubernamentales (2 de 2), porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.20. Localización del sector de otros servicios excepto actividades gubernamentales



Fuente: DENUE (2023).

Sector de las actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales

El sector de las actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales con un total de 124 establecimientos, los cuales están divididos en siete actividades.

Órganos legislativos con 1 establecimiento (0.01%), administración pública en general con 28 establecimientos (0.17%), regulación y fomento del desarrollo económico con 16 establecimientos (0.10%), impartición de justicia y mantenimiento de la seguridad y el orden público con 28 establecimientos (0.17%), regulación y fomento de actividades para mejorar y preservar el medio ambiente con 6 establecimientos (0.04%), actividades administrativas de instituciones de bienestar social con 27 establecimientos (0.16%), y actividades de seguridad nacional con 15 establecimientos (0.11%).

Gráfica 1.52. Sector de las actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales, porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir del IIEG (2019).

Geográficamente, estos establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Figura 1.21. Localización del sector de las actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales



Fuente: DENUE (2023).

Empleo

Del total de empleos relacionados con el sector del turismo de Jalisco de mayo de 2022, Puerto Vallarta tomó el tercer lugar, abarcó 18.4% de los empleos turísticos totales a nivel estatal, mientras que a nivel municipal abarcó 32.7%. Su empleo total fue de 73,954, asimismo, la cifra de su empleo turístico fue de 24,152 (IIEG, 2022).

Cuadro 1.3. Top 10, municipios de Jalisco con más empleo turístico, mayo de 2022

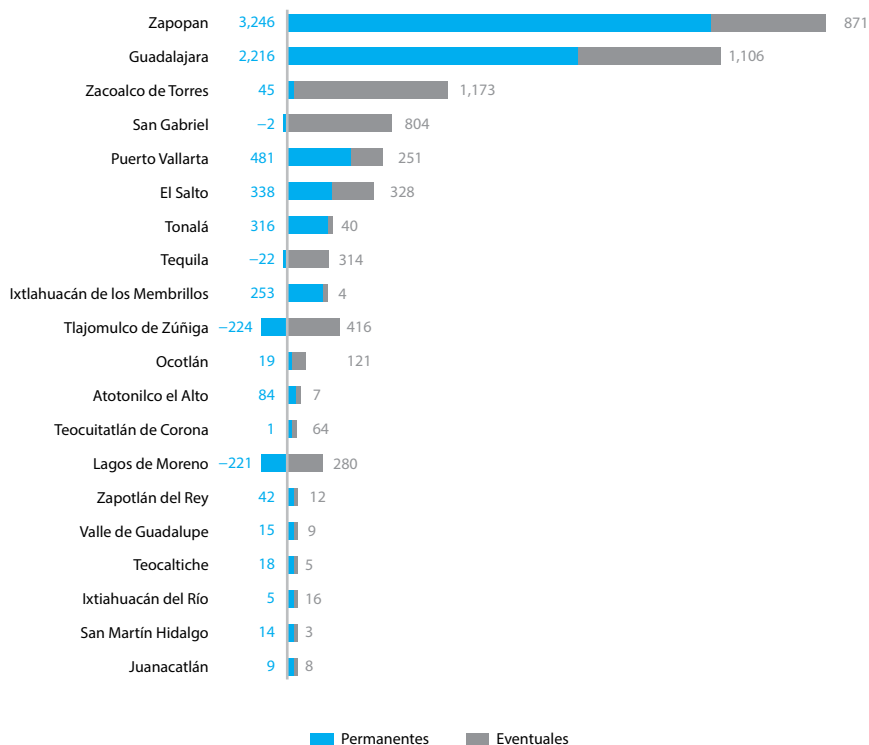
Municipio	Empleo total	Empleo turístico	Empleo turístico % del total municipal	Empleo turístico % del total estatal
Guadalajara	670,452	49,284	7.4	37.6
Zapopan	438,935	25,759	5.9	19.7
Puerto Vallarta	73,954	24,152	32.7	18.4
Tlajomulco de Zúñiga	107,235	7,260	6.8	5.5
San Pedro Tlaquepaque	127,297	5,427	4.3	4.1
Tonalá	31,860	3,320	10.4	2.5

<i>Municipio</i>	<i>Empleo total</i>	<i>Empleo turístico</i>	<i>Empleo turístico % del total municipal</i>	<i>Empleo turístico % del total estatal</i>
Tepatitlán de Morelos	37,938	1,837	4.8	1.4
Zapotlán el Grande	36,888	1,473	4.0	1.1
El Salto	64,244	1,373	2.1	1.0
Autlán de Navarro	11,388	1,086	9.5	0.8

Fuente: IIEG (2022).

Puerto Vallarta obtuvo el quinto lugar dentro de los 20 municipios con mayor generación de empleos en mayo de 2022, se compone de 481 registros de empleos permanentes y 251 eventuales, dando un total de 732.

Gráfica 1.53. Los 20 municipios de Jalisco con mayor generación de empleo formal total, por tipo permanente y eventual, mayo de 2022



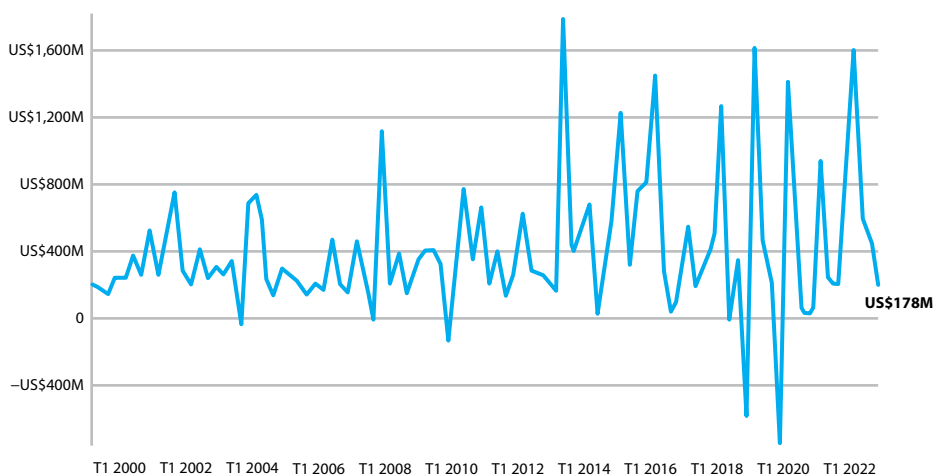
Fuente: IIEG (2022).

Inversión extranjera en Jalisco

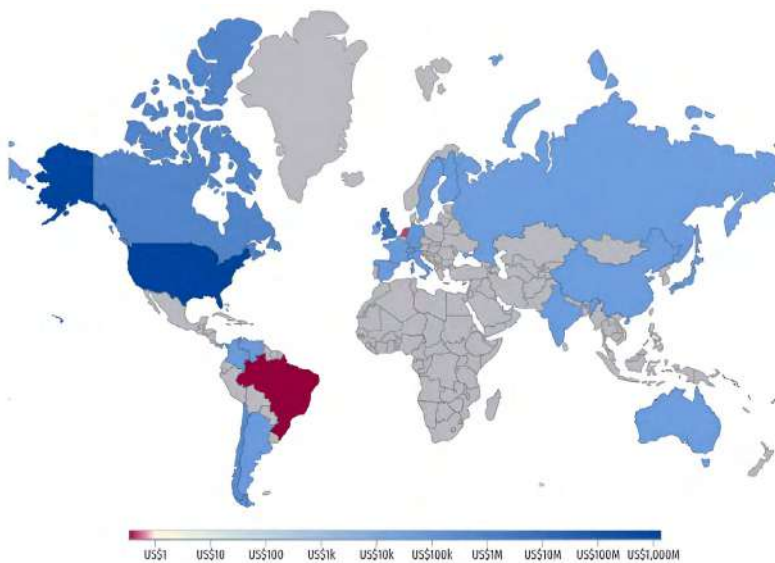
Algunos estudios sobre la inversión extranjera directa de Jalisco nos dicen que:

En el periodo enero a diciembre de 2022, la IED en Jalisco alcanzó los US\$2,895M, distribuidos en cuentas entre compañías (US\$1,090M), reinversión de utilidades (US\$1,021M) y nuevas inversiones (US\$785M). Desde enero de 1999 a diciembre de 2022, Jalisco acumula un total de US\$39,295M en IED, distribuidos en nuevas inversiones (US\$16,629M), reinversión de utilidades (US\$11,473M) y cuentas entre compañías (US\$11,193M). Desde enero a diciembre de 2022, los principales países de origen de la IED en Jalisco fueron Estados Unidos (US\$1,379M), Reino Unido (US\$660M) y Canadá (US\$358M). Entre enero de 1999 y diciembre de 2022, los países que más han aportado a la IED son Estados Unidos (US\$19,324M), Reino Unido (US\$3,318M) y España (US\$3,284M). (DATA, n.d.).

Gráfica 1.54. *Flujo trimestral de IED en Jalisco*



Fuente: DATA (s.f).

Figura 1.22. *IED total según país de origen*

Fuente: DATA (s.f).

2. Problemática de la vocación productiva y sus derivados

El presente capítulo integra un estudio referencial sobre la vocación productiva. De acuerdo con los hallazgos de estudios, investigaciones y publicaciones sobre este fenómeno, se describe a continuación, en un orden a nivel país, estado y localidad, la vocación educación, la cual depende de varios factores, como son los sociales, la zona geográfica, el interés de los visitantes, así como el producto o servicio que ofrecen estos lugares.

La información identificada en estudios a nivel internacional se centra en sectores o fenómenos específicos, como el número de turistas a través de periodos de tiempo y que marcan como efecto de ello un mayor aumento económico en las zonas, la calidad y estilo de vida de los pobladores, asimismo, muestra sus efectos en el emprendimiento y los niveles de pagos, considerados como no justos y dignos.

A nivel nacional, en México se encontró que diferentes estados de la República tienen vocación turística competitiva, siempre y cuando cumplan con los “requisitos” de ser lugares atractivos, y llamen la atención de alguna forma al turista, y así como hay casos de éxito, algunos estados estudiados que tienen no tuvieron los resultados para considerar que tienen una vocación turística ideal.

A nivel local o municipal, en Puerto Vallarta se identificaron estudios que describen la vocación turística del lugar, que genera atracción o influencia en el turista extranjero, el cual visualiza a Puerto Vallarta para pasar sus

vacaciones o temporadas de invierno en este lugar turístico, generando una derrama económica importante.

Estudios a nivel internacional

En la investigación internacional de aglomeración y la vocación económicas en la región Pacífico de Colombia se realizó un diagnóstico a nivel municipal a través de estudios de caso, logrando identificar mediante un análisis descriptivo la dinámica propia de aglomeración, la cual muestra que los municipios entre sí se encuentran desarticulados con respecto a su actividad económica.

Carrillo-Rodríguez *et al.* (2019) consideran que en relación con la aglomeración económica es importante referirse a las economías de localización, las cuales tienen incidencias en mejorar la productividad a nivel de actividades similares que se ubican en un mismo espacio de territorio. Sin embargo, la economía de urbanización tiene una similitud con las de localización, pero en este caso se benefician en productividad y realizan actividades en diferentes sectores en los cuales se encuentren concentradas en un mismo espacio de territorio.

Por otra parte, la vocación económica identifica que los municipios tienen un carácter esencial dentro de las actividades agrícolas y por un bajo valor agregado. Los estudios realizados tienen una relación con la competitividad territorial, que permite conocer particularidades de los municipios de tal manera que se identifiquen experiencias positivas para contribuir a realizar una mejora en cuanto a las interacciones dentro del sistema territorial. Finalmente, el método utilizado en dicha investigación parte de analizar la información primaria y secundaria, la cual permite conocer a través de tamaño-distancia qué tan aglomerados están los municipios, mientras que se realiza un análisis descriptivo referente a las vocaciones económicas del mayor grupo de municipios.

Dentro de una certificación de la vocación productiva del poblado Fernández Alonso en Bolivia se realizó un análisis demográfico que está relacionado con la población, con el fin de obtener una demanda de superficie urbana por crecimiento poblacional. Los resultados del análisis socioeco-

nómico se obtienen a través de la necesidad de equipamientos y con esta información se analizan las directrices y tendencias de crecimiento del poblado mediante los puntos de coordenadas. Por lo anterior, Quenta Vallejos y Delgado Álvarez (2016) da una propuesta acerca de un área urbana, la cual verifica que no se vean afectados los límites municipales y áreas de vocación intensiva y otras áreas que por naturaleza no pueden ser parte del área urbana. En cuestión de trabajo de campo se identifica la planimetría urbana, es decir, los límites naturales o arcifinios (ríos, quebradas, etc.), áreas arqueológicas, forestales o de riesgo donde no es posible la autorización de nuevos asentamientos humanos de tipo urbano, y se delimitan áreas de producción agropecuaria intensiva por razones urbanísticas que no pueden excluirse del área urbana, quedando como áreas de protección. Se concluye que los espacios y elementos relevantes de vocación productiva deben estar resguardados y sujetos a cambios de uso de suelo.

En una investigación realizada en Uruguay, denominada cadenas agroindustriales y vocación productiva de ciudades intermedias, se dio un levantamiento de una encuesta destinada para un margen de población aproximada de más de 5,000 habitantes, en donde se excluye a Montevideo y la zona metropolitana, ya que al parecer no se enfoca en el comercio que ahí se plantea. En dicha encuesta se pretendió encontrar diversos patrones de diversificación productiva y/o centrarse en las actividades económicas que estudia a las CPA (práctica de Outsourcing de Procesos de Negocios). De la encuesta anterior, Ackermann-Barbero & Cortelezzi-Ferreira (2020) estudiaron 44 localidades, y de estas 32 presentaron un CEE (certificado de eficiencia de energía) superior al promedio de estas compañías, lo que nos dice que la CIU (Cámara de Industrias de Uruguay) depende ampliamente de este servicio. Las industrias clasificaron dentro de las siguientes categorías: con amplia presencia de administración pública y de servicios del Estado, con vocación productiva asociada al manejo arduo de recursos naturales y transformación de materias primas e insumos, así como de especialización en los recursos de servicios transversales, y dedicados a servicios turísticos. Por lo tanto, del análisis estudiado los indicadores contruidos con base en el empleo están vinculados con la dotación de recursos naturales disponibles a nivel de territorio, generando una dependencia, mientras que la vocación productiva consta de ciudades de especialización forestal, agrícola, lechera y turística.

En una evaluación acerca del comportamiento emprendedor de las personas y las organizaciones en el municipio Perico, de la provincia de Matanzas, Cuba, se utilizaron métodos de tipo descriptivo, posteriormente se realizaron encuestas dirigidas a grupos locales acerca de iniciativas implementadas por la administración con la finalidad de mejorar sus funciones y prestación de servicios públicos. Lezcano-Fleires *et al.* (2021) identifican dentro de la investigación un tema de vocación emprendedora de las personas e instituciones locales que realizan algún tipo de emprendimiento, así como la cantidad y tipo de iniciativas empresariales que desarrollan: a nivel institucional se fomentan arreglos y sistemas productivos e innovativos locales y el sector empresarial refleja una capacidad limitada en la generación de actividades económico-productivas. En el proceso de gestión de las empresas no se ofrecen los incentivos necesarios para impulsar las actividades empresariales en su interior. Asimismo, se exploraron las habilidades y motivaciones de las personas para el logro de un emprendimiento, señalando la tenacidad y solidaridad como los elementos aceptables y adecuados, además constituyen los atributos determinantes del comportamiento emprendedor y de las personas. En otro aspecto, la vocación emprendedora tiende a ser limitada; las iniciativas que se implementan desde la administración local reflejan el potencial existente a este nivel.

En el ámbito internacional, se inician propuestas metodológicas para poder medir y valorar el nivel de vocación turística con que se cuenta en Medellín y Bogotá, las cuales se dividen en dos variables: aptitud, con criterios de cantidad de recursos turísticos, la infraestructura y el equipamiento con los que se cuenta para poder ser valorada y estudiada, y la capacidad, es decir, qué tan capaces son en atención, publicidad, promoción y la planeación con la que cuentan. A partir de las nuevas políticas de crecimiento y ciudad emprendedora, se permitió que estas ciudades tengan una economía que predomina en sectores industriales y servicios de turismo; aunque su turismo es de alta demanda, de manera metodológica se midió la vocación turística de forma homogénea para obtener una escala y sea correctamente medible, en este caso se comprueba el nivel de visitas turísticas: “se refleja en los indicadores turísticos, donde actualmente Bogotá, Cartagena y Medellín son los tres principales destinos urbanos que reciben en conjunto 1,727,121 visitantes extranjeros de los 2,288,340 que recibió el país a

diciembre de 2015” (Menchero Sánchez, 2015). En conclusión, los modelos anteriores nacieron de la necesidad de tener muy en claro cuáles son sus ramas para medir y tener objetivos visionarios a futuros, así como darles un correcto desarrollo.

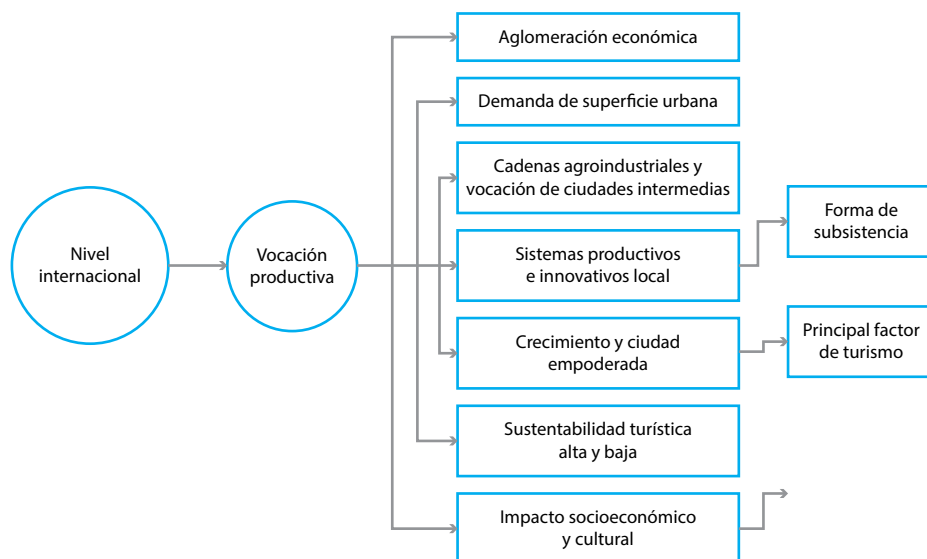
Derivado de lo anterior, se tiene el siguiente estudio internacional sobre Vocación y realidad productivas territorial: el caso de la Provincia de Arauco, Chile, 2021. La vocación y la realidad de la productividad van de la mano, pero no siempre se emplean de la misma forma. En la región de Arauco se investigó de forma cualitativa, con base en información real y comprobable, donde se incluyen las visiones, misiones y objetivos principales de los proyectos, para llegar a una conclusión congruente y a partir de ahí encontrar una solución viable. En la vocación se encontró que a gran escala la industria forestal, la cual está orientada a la sustentabilidad del turismo, es muy baja y existe un desnivel en estos dos, ya que al no existir sustentabilidad ideal se ve afectada la industria por la poca relación de estos dos factores, lo que crearía fenómenos de baja economía y pobreza. En la investigación se llega a la conclusión de unir ambas partes y trabajar en conjunto con lo que se tiene y mejorar las oportunidades de los que se encuentran en la región.

La presente investigación se centra en el análisis del impacto socioeconómico y cultural del turismo de sol y playa en el Golfo de Morrosquillo durante el año 2016. De acuerdo con Sierra Márquez *et al.* (2021) el objetivo principal consiste en examinar de manera contextual el mencionado impacto a través de las prácticas y el modo de vida de las comunidades locales y los nativos involucrados en la industria turística. Para llevar a cabo este análisis se utilizó un cuestionario de caracterización económica y sociocultural, el cual fue respondido por un total de 135 personas. Se logró identificar las diferentes comunidades y valorar sus tradiciones culturales contando con una variedad de tradiciones que son parte integral de su identidad cultural. Estas tradiciones abarcan diversos aspectos de la vida, como la música, la danza, la vestimenta, la alimentación, las prácticas espirituales y las ceremonias, las cuales se presenta como opciones atractivas para los turistas impulsando el desarrollo social y cultural.

Se ha identificado como uno de los problemas fundamentales la vulnerabilidad experimentada por las familias dedicadas a la actividad turística.

Esta vulnerabilidad ha tenido un impacto significativo en el desarrollo y la calidad tanto del servicio turístico ofrecido como de la calidad de vida de dichas familias. Es importante resaltar que esta situación ha obstaculizado la capacidad de formalización y mejora continua en el sector turístico, lo cual representa un desafío importante para el desarrollo sostenible y la competitividad de la industria.

Figura 2.1. *Vocación productiva a nivel internacional*



Fuente: Elaboración propia basada en las investigaciones a nivel internacional.

Es un aspecto fundamental para el desarrollo y crecimiento a nivel internacional. A medida que las economías se vuelven más interconectadas y globales, es crucial que los países y las organizaciones fomenten y apoyen la vocación productiva en sus proyectos. Implica un enfoque proactivo y orientado a resultados, donde se busca maximizar la eficiencia y la calidad en cada etapa del proyecto. Esto requiere la identificación de oportunidades, la planificación adecuada, la asignación de recursos adecuados y la implementación de medidas eficaces de control y seguimiento. Además, implica la colaboración y la coordinación efectiva entre diferentes actores y partes interesadas, tanto a nivel nacional como internacional.

Estudios a nivel nacional

A nivel nacional, en la investigación de vocación económica de Aguascalientes, eje para detonar la calidad laboral, se logró identificar a las actividades industriales con alta especialización en garantizar una buena calidad laboral; para lograr esto es necesario concentrarse en la educación especializada, por lo cual la actual administración ha dado a conocer programas educativos que cuenten con tres componentes: movilidad internacional, dualidad y manejo de más de dos idiomas.

De acuerdo con Aranya Huaman y Pari Vargas (2024), para aumentar la atracción de inversión extranjera directa (IED) es necesario acudir a los programas de mejora regulatoria; por otra parte, es importante brindar un impulso tanto a los jóvenes emprendedores como a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), estableciendo financiamientos, brindando capacitación y acceso a las nuevas tecnologías. Este tipo de inversión permite generar y aumentar el empleo, se incrementa el desarrollo y la captación de divisas, estimulando la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones. La economía impulsa el comercio permitiendo financiar a las empresas brindando oportunidades de empleo, elevando la competitividad a través de una mayor tecnología y un mayor grado de productividad por medio de todos los factores productivos. En la actualidad se han centrado en aplicar políticas públicas y estrategias encomendadas a proteger los puestos laborales y a sus trabajadores, entre las que destacan los planes de reactivación económica, además los sistemas de financiamiento resultaron reflejar resultados positivos debido a que están enfocados en responder a las necesidades de liquidez de las empresas para cubrir gastos de operación y de capital de trabajo, buscando la subsistencia y conservación de los empleos.

En un primer estudio sobre el desempeño del número de empleos en tiempos de Covid-19 en dos estados mexicanos con distinta vocación económica se llevó a cabo la investigación en Quintana Roo y Aguascalientes, ambos con diferentes sectores económicos y de oportunidades y no tienen una línea continua de información o referenciales entre sí.

De acuerdo con Miguel (2022), durante y después de la pandemia se pretendió analizar a qué cantidad de empleados se le había respetado o conservado el empleo derivado a la pandemia mundial del 2019, qué hicieron las empresas cuando se vieron obligadas por la Ley Federal del Trabajo a respetar los puestos y de la misma forma el cien por ciento de sus pagos, aunque en empresas que no tienen un contrato formal o se manejan en diferentes tipos de contratación tuvieron un poco más de libertad sobre esas decisiones (pagarles mínimo el 50% del salario). Estas investigaciones estuvieron respaldadas en los registros del IMSS durante el primer periodo de la pandemia, en el cual no hubo una baja considerable, esto también se debe a que estos dos estados tienen mano de obra alta en los sectores turístico y automotriz.

También la vocación productiva artesanal de la comunidad p'urhépecha de Cherán K'eri y su importancia para el desarrollo comunitario es un ejemplo, en este se trata la vocación que tienen muchos artesanos sobre los productos que ofrecen a las zonas turísticas de sus comunidades no bastan, pues se debe tener en cuenta que deben contar con un punto referencial geográfico bueno, ya que influye en las ganancias que generan y por consecuencia a sus familias y a las comunidades de donde vienen, ya que puede existir una rotación mayor de dinero que se crea gracias a las comunidades de donde salen, es el caso de la comunidad ubicada en Michoacán. Se encontró que la vocación artesanal de Cherán K'eri está enfocada en su mayoría en textiles (76.22%), las maderas (15.45%), la juguetería (6.42%), la metalistería (1.56%) y las fibras vegetales (0.35%) (Medina del Valle y Armas Arevalos, 2022). Existen zonas rurales en donde las carencias y obstáculos son más que las oportunidades que se les presentan de salir adelante. Por esta parte, se concluye esperando que este tipo de situaciones cambien para el bien común, ya que una vez que alguien salga beneficiado, le seguirá una cadena de beneficios a terceros.

Aunado a lo anterior, se evaluó la vocación turística por parte de Sectur para analizar qué tan viable era la explotación turística de la zona de San Jerónimo, en Oaxaca, entendiendo todas las riquezas que son capaces de proveer al sector turístico. La situación económica de esta comunidad no es del todo favorable, pues tiene déficit de atención al turismo, no puede llegar a ser apto en varias causas, en esto se incluye que no hay servicios de

transporte para salir o llegar al poblado, la señal de internet que muchos turistas buscan para trabajar o estar conectados no existe, la señal de teléfono móvil para realizar llamadas es mala. Con las pocas estructuras arqueológicas que poseen se puede entender que el análisis de la vocación turística de esta zona es a mínima escala, y podría ser llevado a cabo únicamente con pueblos aledaños o turistas específicos con conocimiento previo del lugar.

En área nacional, sobre el modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística, de acuerdo con Menoya Zayas *et al.* (2017), se llevó a cabo un modelo teórico con el fin de abordar la gestión turística y el desarrollo local en municipios cubanos con vocación turística, que se basa en una cadena de valor con el fin de poder integrar los sistemas de valor municipal y extramunicipal para fomentar el desarrollo, llevando a cabo un trabajo de campo, el cual se generó en los municipios de Viñales, Candelaria, Remedios y Trinidad.

Se obtuvo el procedimiento para la implementación del modelo, además del sistema de indicadores, para evaluar y monitorear el proceso modelado, un modelo diseñado para la planificación estratégica, hasta la entrega de servicios turísticos, y cada una de ellas añade valor al desarrollo turístico del municipio, posibilitan una mayor intervención en la gestión turística. Este modelo implica el diseño e implementación de estrategias, políticas y acciones específicas para promover el desarrollo turístico sostenible y beneficioso para la comunidad local, permite asimilar la complejidad y transversalidad del turismo como actividad económica.

La siguiente investigación se llevó a cabo con el objetivo de diseñar una metodología para determinar la vocación turística de un destino, utilizando como caso de estudio Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. La investigación de Gómez Hinojosa *et al.* (2014) se basó en un enfoque empírico, y se realizaron estudios de campo para recopilar datos relevantes. Se llevó a cabo la aplicación de encuestas a dos grupos de muestra: residentes y turistas. El propósito principal de estas encuestas fue profundizar en el análisis y comprender la disposición de recursos y atractivos en un territorio específico, así como evaluar el desarrollo de la actividad turística en dicho lugar.

El presente trabajo busca obtener un estudio empírico, empleando una manera metafórica, coloquial e imprecisa, llevando a cabo una planeación, educación y seguridad, fomentando la participación y colaboración de los organismos gubernamentales y empresariales, manteniendo una actividad multidisciplinaria, ejerciendo en cada área una responsabilidad en las dependencias correspondientes, para optimizar el aprovechamiento de los diversos recursos naturales, económicos y culturales de cada región, llevando planes a largo y corto plazo, elaborados en forma multidisciplinaria y participativa.

Se abordó el tema de las artesanías como una vocación económica en el municipio de Tahdziú, reconociendo su relevancia como manifestación cultural y creativa de gran importancia en el país. Las artesanías se distinguen por ser productos elaborados de manera tradicional y manual, utilizando técnicas transmitidas de generación en generación. Estas piezas representan una expresión única de la diversidad cultural, la historia y las tradiciones de las diversas regiones de México.

De acuerdo con Pérez Cervera *et al.* (2017), otra investigación se centra en analizar el papel de las artesanías como una fuente de ingresos económicos en el municipio de Tahdziú. Se examina el impacto económico y social de esta actividad, así como su contribución al desarrollo local y al fortalecimiento de la identidad cultural. Además, se investiga la comercialización y promoción de las artesanías, y se analizan las políticas y estrategias implementadas para su preservación y promoción. El municipio de Tahdziú se ubica en el sur del estado de Yucatán, ha sido calificado por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) en 2012 como el municipio con mayor marginación en Yucatán. Su principal fuente económica es la artesanía, prioritariamente en el bordado, sus motivos son en su mayoría flores que se bordan a mano y con máquina de coser, ya sea de pedal o eléctrica, la gran mayoría de los artículos bordados constituyen la indumentaria tradicional de las mujeres, tanto de mujeres campesinas mayores, de donde surge la tradición, como de mujeres urbanas.

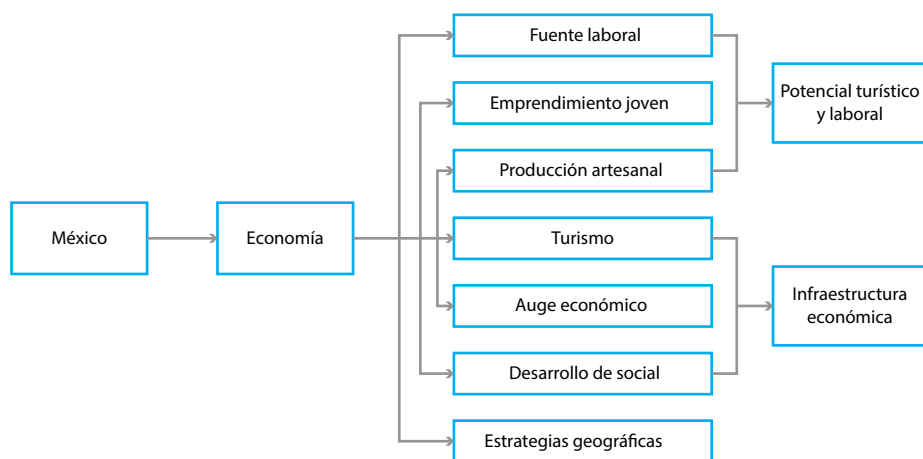
En la siguiente investigación se llevó a cabo una evaluación comparativa entre el turismo y el puerto, centrándose específicamente en la vocación turística de Manzanillo. En este sentido, se analizó la inclinación o predis-

posición de una persona, comunidad o territorio hacia la actividad turística. Se exploró la capacidad o aptitud que se identifica en un lugar o en las personas que residen en él para aprovechar y desarrollar el potencial turístico existente. Este análisis permitió comprender en profundidad cómo la vocación turística puede influir en el desarrollo y el éxito del turismo en Manzanillo, brindando información valiosa para la toma de decisiones estratégicas y la promoción de un turismo sostenible en la región. De acuerdo con el análisis realizado por Covarrubias Ramírez (2019), se examinó a Manzanillo como el principal destino de sol y playa en el estado de Colima. Como resultado de dicho estudio, se observó que no se ha registrado un crecimiento significativo en este destino o, incluso, se ha mantenido en niveles bajos a lo largo de un periodo prolongado de tiempo, lo que indica signos de estancamiento. Estos hallazgos resaltan la necesidad de explorar las posibles causas y factores que han contribuido a esta situación, así como de proponer estrategias y acciones que impulsen el desarrollo y la reactivación turística de Manzanillo con la cual asegurar su competitividad y sustentabilidad a largo plazo.

El turismo puede tener impactos económicos y sociales significativos en cualquier territorio, que se traducen en empleos, mejores condiciones de vida para la población local y oportunidades de nuevos negocios. Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal evidenciar el estancamiento de Manzanillo como destino turístico y analizar la vocación turística que se observa en la región, a la vez que se examina el auge de la actividad portuaria. Se busca también analizar la posibilidad de un declive total de Manzanillo, considerando que el turismo desempeña un papel crucial como impulsor de la economía local. Como sustento para este estudio, se identifica al turismo como una base fundamental que establece conexiones con diversos negocios, el crecimiento hotelero y destinos cercanos como Puerto Vallarta, Nuevo Vallarta, Mazatlán e Ixtapa, los cuales son considerados competidores directos de Manzanillo en la industria turística. Mediante este análisis, se pretende comprender en profundidad los factores y dinámicas que han contribuido al estancamiento de Manzanillo como destino turístico, a la vez que se evalúa el potencial de desarrollo y competitividad que puede brindar la actividad portuaria. Con los hallazgos de esta investigación, se busca proponer estrategias y acciones que impulsen la re-

activación y revitalización turística de Manzanillo, con el fin de mantener su importancia como motor económico en la región.

Figura 2.2. *Vocación productiva a nivel nacional*



Fuente: Elaboración propia basada en las investigaciones a nivel nacional.

Estudios a nivel local

En un estudio realizado acerca de las políticas de gestión turística, transformación urbana y patrimonio en Puerto Vallarta, México, se refleja la relación entre patrimonio y turismo, mediante el análisis de las expresiones arquitectónicas y las transformaciones urbanas en Puerto Vallarta. Huízar Sánchez *et al.* (2020) desarrollan cinco apartados, los cuales son:

- 1) Identificar los principales elementos conceptuales.
- 2) Identificar el objeto de estudio y las expresiones del patrimonio arquitectónico vallartense.
- 3) Describir el proceso de transformación urbana.
- 4) Salvaguarda del patrimonio arquitectónico.
- 5) Instrumentar políticas para gestionar intereses en el turismo.

Por lo anterior, existe una necesidad de modificar el paradigma turístico actual, con el fin de privilegiar la mejora en las condiciones de vida de la comunidad, brindando decisiones innovadoras y solidarias armonizando las dimensiones económicas, naturales y sociales. Pero también emergen resistencias, particularmente de los grupos de poder, los cuales han resultado beneficiados del modelo masivo de turismo vallartense. Entonces, con el fortalecimiento del turismo en Puerto Vallarta, se experimentó una expansión urbana. La habilitación de la infraestructura turística (planta hotelera, habitacional recreativa, comercial) y de soporte a la población (vivienda, equipamientos y zonas productivas) es una cadena de servicios muy importante, debido a que visitan extranjeros de diferentes países, tiene amplio repertorio de lugares por visitar y es también un área tranquila y segura.

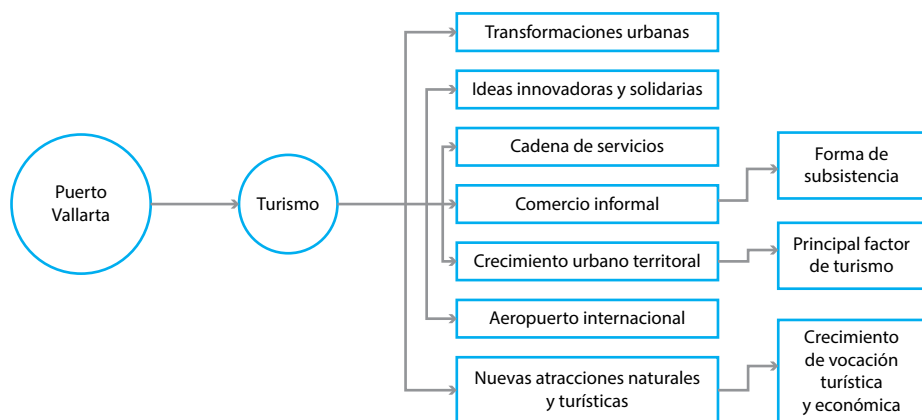
Se investigó el impacto del comercio informal en el desarrollo turístico de la región de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, se observa que el proceso globalizador ha generado un cambio en las actividades económicas tradicionales, desplazándose hacia una economía terciarizada en su totalidad. Este cambio se debe en gran medida a la perspectiva adoptada en el modelo de desarrollo global, donde los lineamientos se plantean desde el centro hacia las economías en desarrollo. Esto ha llevado a una transformación significativa en el sector turístico de la región, donde el comercio informal ha proliferado como una forma de subsistencia y participación en la economía local.

De acuerdo con Romo *et al.* (2016), a partir de los resultados se puede referir que las playas de la región de Bahía de Banderas son frecuentadas en su mayoría por una población eminentemente joven, la inmensa mayoría de los vendedores ambulantes son de origen indígena, se han registrado hasta 25 grupos distintos de etnias del centro y sureste mexicano, con lo cual el instrumento se aplicó en invierno, en plena temporada alta, por lo que en la muestra y resultados debemos suponer que existen respuestas de extranjeros. Un modelo de desarrollo centrado en las ciudades ha orillado a la concentración de la mayor parte de la población en espacios territoriales. Puerto Vallarta no es ajeno a esta problemática, y en las últimas décadas ha sufrido un crecimiento urbano territorial desmesurado que ha obligado a generar planes y acuerdos complementarios; desde sus inicios

partió del modelo de planeación turística basado en el promocionalismo, es decir, partiendo de un recurso natural con una belleza exuberante con atributos excelsos.

El Aeropuerto Internacional Licenciado Gustavo Díaz Ordaz es uno de los principales factores del turismo, debido a que por este medio se transportan de forma rápida y segura hacia este municipio, contando con visitas del extranjero y dentro del país, uniéndose así de forma significativa la economía y la vocación que tiene en ser un destino turístico maduro e ideal. Muchos de los servicios dependen del aeropuerto, ya que es la forma número uno de poder unir al turista y al local, provocando un incremento en la derrama económica del municipio, aunque este también tiene el lado negativo de depender de ello, y cuando ocurre alguna disminución en vuelos se ve afectada la temporada, muchos de los visitantes vienen de Estados Unidos, Canadá y/o México. Se concluye que ha sido fundamental contar con este aeropuerto, ya que ingresar antes era nulo, las actividades económicas cambiaron, así como crecer en nuevas atracciones naturales y turísticas, incrementándose la vocación turística y económica en temporadas altas.

Figura 2.3. *Vocación productiva a nivel local*



Fuente: Elaboración propia basada en las investigaciones a nivel local.

Con base en el esquema anterior se puede concluir que la vocación productiva en Puerto Vallarta es el turismo, debido a que es un factor im-

portante, pues es visitado por personas extranjeras y nacionales. Por ende, los negocios se ven obligados a implementar ideas innovadoras para atraer más clientes, tener competitividad y diferenciación para mantenerse en el mercado, con lo que se da un crecimiento en la vocación económica.

Como resultado la vocación económica, tiene una gran importancia en el desarrollo económico, en relación con la vocación empresarial, la cual toma en cuenta el emprendimiento de los jóvenes y los nuevos negocios. Asimismo, las empresas actuales establecen diversas estrategias de innovación para poder mantenerse en el mercado laboral, siendo más competitivos, para ofrecer algo único a lo que se encuentra en el mercado.

Por lo anterior, es necesario aplicar diversos instrumentos dentro de un estudio con el fin de identificar datos importantes acerca de los giros a los cuales están destinadas las empresas. De esta manera se pueden definir estrategias y llevarlas a cabo con la finalidad de mejorar algún sector, como el turístico, el cual en algunos estados es el sector fuerte, existe mucho turismo por sus zonas agradables para las personas, como algún museo, alguna vista hacia la ciudad, zonas arqueológicas o incluso por sus playas. De esta forma puede ir creciendo la economía de dicho estado. Se ha demostrado su relevancia en el mundo laboral actual y su impacto en el desarrollo personal y profesional de los individuos. A lo largo de este estudio se ha evidenciado la importancia de identificar y cultivar la vocación productiva como una forma de encontrar satisfacción, propósito y éxito en el ámbito, además, se ha destacado la importancia de considerar factores como economía, turismo, competencias, ideas innovadoras y solidarias con el entorno económico al tomar decisiones relacionadas con la vocación productiva.

Cadena productiva

Un fenómeno derivado de la vocación productiva es sin duda el desarrollo de las cadenas productivas de las empresas que forman parte de las principales actividades económicas. A continuación se presenta el análisis de los estudios relacionados con cadenas productivas, lo cual permitirá profundizar en su desarrollo, relevancia y elementos clave.

Un estudio realizado en Cuba acerca de la sostenibilidad de cadenas productivas y sus precisiones teóricas las ha considerado en los últimos años como un elemento importante para el desarrollo de las empresas, tanto para países desarrollados como en vías de desarrollo. Sin embargo, no todos los aspectos son exigidos por esta forma de organización de la producción y los servicios que la transformen en ventajas para obtener el desarrollo de las organizaciones y los territorios.

Por lo tanto, Quevedo Reyes *et al.* (2021) dicen que existe un debate sobre la articulación de la producción debido a que se ha vuelto aún más recurrente en los últimos años y ha sido de interés gubernamental, obteniendo evidencias a través de fortalecer los encadenamientos productivos entre la agricultura y la industria alimentaria, teniendo una actualización sobre las investigaciones que se han hecho en Cuba en materia de alimentos, y lograr un adecuado balance entre lo que se produce por la vía estatal y la no estatal. Por lo anterior, se han realizado estudios en el ámbito internacional con el objetivo de evaluar la productividad y competitividad de diferentes sectores económicos con varias recomendaciones a futuro, sin embargo, es importante analizar la integración entre actores económicos al momento de realizar un emprendimiento de tal manera que se pueda reconocer la necesidad de enfocarse en la distribución del desarrollo sostenible.

En otro estudio realizado en este mismo país sobre el enfoque de cadenas productivas y la planificación estratégica como herramientas para el desarrollo, se transita por un proceso de actualización dentro del modelo económico realizando profundas transformaciones en cuanto a los sectores de la economía. Este estudio hace énfasis en la articulación agroindustrial y en desarrollar la producción agroalimentaria, por medio de nuevos modelos de gestión, efectivas relaciones entre actores económicos para poder lograr la satisfacción de las demandas de la población por la entrega de productos de calidad mediante mecanismos más ágiles.

De acuerdo con Antúnez *et al.* (2016), el enfoque de cadenas productivas permite mejorar la calidad del análisis, contribuyendo a la competitividad de diversos productos promoviendo las políticas sectoriales consensuadas entre los diferentes actores de la cadena, de tal manera que sea más posible crear un tejido articulado de organizaciones de producción, comercialización y distribución. Además, al elevar la capacidad de respuesta de

las demandas de mercado a los niveles local, territorial, nacional y global, así como al incremento de la calidad y escala de producción, se desarrollan más relaciones de confianza y equitativas entre actores y entidades. El analizar la cadena de valor permite identificar los puntos críticos que frenan la competitividad, las ventajas competitivas, para luego definir e impulsar estrategias de acción concertadas entre los principales actores involucrados.

Además de lo anterior, Meleán-Romero y Torres (2021), que citan a Fernández (2020), establecen como objetivo principal a la cadena productiva como una herramienta fundamental en apoyo de la gestión de costos, la cual se posiciona en la toma de decisiones empresariales, especialmente en periodos caracterizados por altos niveles de incertidumbre y restricciones. En este sentido, la gestión de costos se convierte en un elemento clave para evaluar la rentabilidad de las diferentes alternativas y determinar la viabilidad de los proyectos o acciones a emprender, resultando crucial en la cadena productiva contar con una gestión de costos para la evaluación de costos eficientes y precisos que permita a las empresas evaluar y controlar de manera eficiente los procesos, desde la perspectiva de las cadenas productivas en zonas de Venezuela, con el cual el estudio se apoya en la revisión exhaustiva y el análisis de documentos científicos provenientes de bases de datos especializadas con el propósito de identificar elementos que posibiliten enfocar la investigación no solo en las interacciones internas de producción y sus costos, sino también en el examen cuantitativo de otros segmentos de la cadena: el abastecimiento y la comercialización, así como las ventas

Continuando con el contexto y la integración de la cadena de suministro del arándano en México y Chile, siguiendo las afirmaciones de Pérez Cruz (2018), el análisis de los distintos métodos involucrados ha permitido el reconocimiento de diversas problemáticas vinculadas al desempeño del sector. Entre dichos aspectos se destacan la superficie sembrada, la productividad, el rendimiento por hectárea, así como los desafíos en materia de comercialización y exportación, esto mediante entrevistas abiertas no estructuradas a expertos técnicos, productores, especialistas y empresarios, así como la consulta de base de datos, reportes técnicos e investigaciones de instituciones afines a esta agroindustria. De esta manera se revelaron diversas problemáticas que afectan su desempeño, las cuales se lograron iden-

tificar por diversas bases de datos, reportes técnicos e investigaciones realizadas por instituciones, en las que se busca establecer una comparativa con otro país latinoamericano, en este caso Chile, que se destaca por contar con niveles más avanzados de integración en dicha cadena, con el fin de analizar y comprender las dinámicas y estrategias que han permitido alcanzar una mayor integración en la cadena del arándano.

Siguiendo la línea de las agroindustrias, un estudio en donde se analiza un modelo de asociación en la cadena productiva en las MiPymes agroindustriales de cítricos en el norte del estado de Veracruz se producen y se pretende explicar en qué medida los agentes de la cadena productiva tienen relación para el buen funcionamiento de las diferentes empresas, en este caso ya se cuenta con una metodología a usar y esperar los resultados, los cuales indicaron que “el modelo de asociatividad propuesto en la cadena productiva es un sistema productivo donde los actores directos que lo forman son los productores de cítricos, la agroindustria, la comercialización y los consumidores finales” (Pérez Cruz, 2018). El modelo puesto a prueba fue el mismo en donde su sistema se conforma por actores directos, como los propios productores de este producto, las industrias dedicadas al mismo producto (y lo que conlleva ser una), la comercialización y el consumidor final.

En Tepic, Nayarit, sobre las cadenas productivas y cadenas de valor, refleja que la coordinación entre actores en el sector productivo es prioridad para poder cubrir las necesidades de la demanda de un producto específico. Dentro del sector agroalimentario funciona con un enfoque de cadena de valor donde se propone una mejora para la participación de dichos actores.

Cayeros Altamirano *et al.* (2016) citan a Padilla (2014) quien dice que los actores que participan en las cadenas de valor se encuentran alojados en diferentes niveles institucionales, los cuales conforman el grupo de eslabones. De tal manera que los agentes principales son aquellos que participan directamente en la provisión de insumos, la producción, procesamiento, transporte y la comercialización, y, por consiguiente, se trata de las empresas que forman parte de los eslabones. Por lo anterior, realizar una apertura comercial conlleva a realizar estrategias que se encuentren enfocadas hacia los sectores productivos, donde la participación equitativa de los actores se

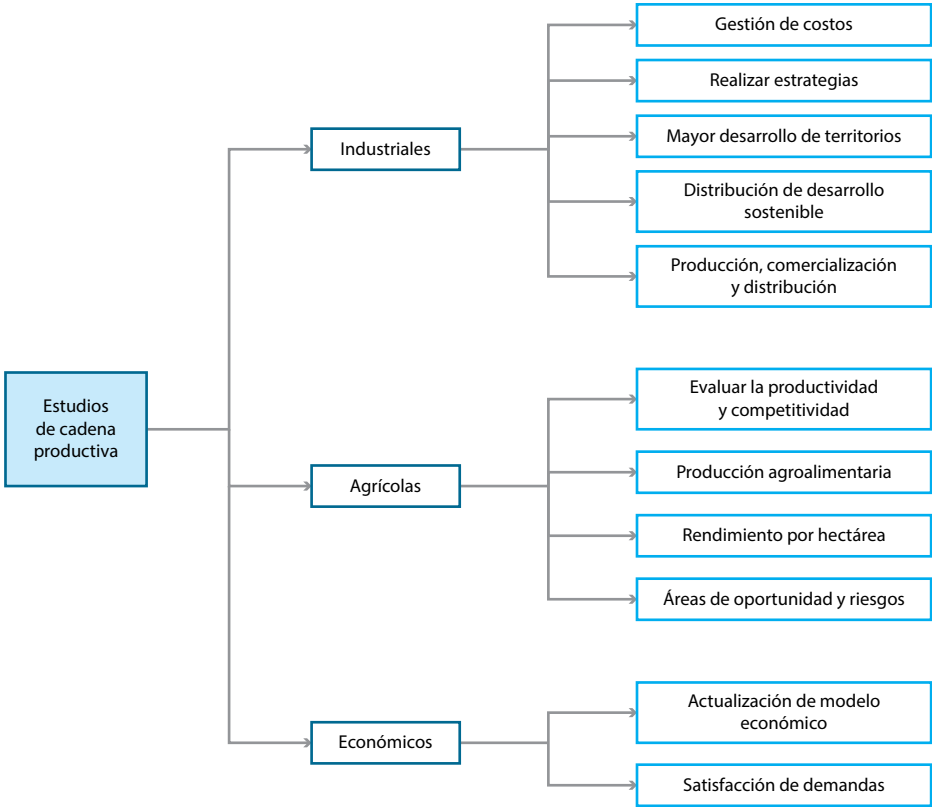
vuelve primordial en cuanto a búsqueda de mejores condiciones en la producción y comercialización.

En el mismo estado, otro estudio ubicado en Nayarit tuvo como objetivo principal caracterizar la cadena productiva de guanábana en el municipio de Compostela. A través de un análisis, se identificaron las áreas de oportunidad y los riesgos asociados a esta cadena productiva, con el fin de proponer un orden de intervención que establezca los puntos críticos de control necesarios para impulsar la comercialización de la guanábana mexicana en el mercado internacional. Anaya-Dyck *et al.* (2020) llevaron a cabo un estudio detallado de cada etapa de la cadena productiva de la guanábana, con una recopilación de información relevante sobre los procesos involucrados, los actores y las instituciones que participan en la cadena, logrando identificar las demandas y tendencias internacionales.

Partiendo de fuentes de información directas e indirectas, se construyó una base metodológica que consta de cinco fases compuestas por actores que cumplen labores específicas, logrando identificar puntos débiles de alto riesgo, así como los puntos de control críticos, y con base en ello se proporcionó una base en el análisis de relevancia de cada punto, obteniendo un orden de intervención diseñado para configurar a la cadena productiva como una opción de desarrollo exitosa.

Para concluir este estudio referencial, como se señala en la figura siguiente, los estudios de las cadenas productivas hacen referencia en su mayoría a las empresas agroindustriales, que tienen un proceso que va de la mano con la cadena de valor, haciendo los procesos productivos más dinámicos e involucrando mayormente a cada uno de los participantes. Los estudios en el ámbito industrial se centran en el desarrollo de estrategias en la producción y distribución sostenibles, así también para el sector agrícola, en donde se evalúan las cadenas productivas para definir y encontrar las áreas de riesgo y oportunidades, se comparte el interés económico, ya que se demostraría que los modelos de trabajo pueden o no ser funcionales.

Figura 2.4. Estudios de cadenas productivas



Fuente: Elaboración propia con base en Dyck, Oñate, Arellano, Sañudo, y Martínez (2020).

3. Acercamiento teórico al estudio de la vocación turística y las oportunidades de emprendimiento social

Dentro de la siguiente investigación se analizaron diferentes conceptos referentes a la vocación, la cadena productiva y el emprendimiento social, para relacionarlos entre sí, ya que se estará trabajando en conjunto con estos conceptos.

A través de varias fuentes de información y autores, se puede entender que la vocación es el nivel de entendimiento y ganas de ejercer una labor o profesión, independientemente de si se cuenta con la experiencia o estudios, sino únicamente con la motivación, el gusto por las actividades, la capacidad y el conocimiento de cómo se realizan. Partiendo de este concepto, se procede a abordar el concepto de productividad.

Análisis conceptual

Vocación productiva

Para comenzar con nuestro acercamiento teórico, tenemos un primer concepto de vocación, que es la disposición particular de cada individuo para elegir la profesión u oficio que desee estudiar y ejercer, de acuerdo con sus aptitudes, características psicológicas y físicas, motivaciones y marcos de referencia socioeconómicos y culturales (De Egremy, 1982). Según Ojer (1976:143), la vocación es “una inclinación creciente hacia la profesión, la

que tiene como base un interés vital del sujeto sea intelectual, ético, social, etc., así como la conciencia de su posibilidad de satisfacer dicho interés”. Con base en esto, se entiende que es la unión de características y aptitudes propias para desempeñar una actividad, además la productividad, según la RAE (2014), es la pauta léxica o gramatical que posee un rendimiento elevado y da lugar a un número apreciable de formas nuevas. De forma resumida, a continuación se unen ambos conceptos para encontrar su significado, abriendo la puerta a un nuevo conocimiento.

La vocación productiva consta de criterios como la aptitud, capacidad o característica especial que adquiere un municipio o una localidad para su desarrollo. Sin embargo, es necesario diferenciar entre la vocación productiva real y la vocación productiva aparente (Aramayo, 2008). La vocación aparente se caracteriza por las condiciones locales inmejorables, sin embargo, al no encontrar un mercado que les permita mejorar sus ingresos, los productores encuentran dificultades para ampliar el volumen o cantidad de sus ingresos y su nivel de producción permanece constante.

Otro significado de vocación productiva se encuentra más asociado a una actividad económica latente, cuya existencia en una determinada región no se manifiesta abiertamente, pero tiene la posibilidad de ser o desplegarse ampliamente en un futuro no muy lejano (Miranda *et al.*, 2017). Con estas posibilidades, la vocación productiva puede ser el motor del desarrollo económico en los gobiernos locales (GOB, 2021).

Del anterior análisis se deduce que la vocación productiva son las actividades, capacidades o características distintivas donde se concentra el desarrollo económico actual y futuro, que son el referente para identificar la economía más redituable o de mayor afluencia en una zona geográfica específica.

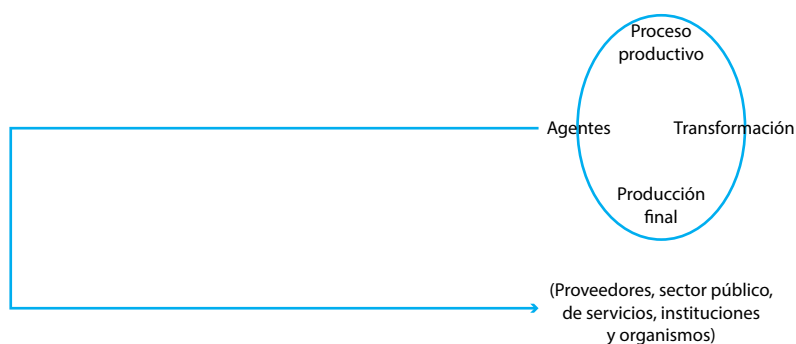
Cadenas productivas

Para entender qué es la cadena productiva debemos primero separar estas palabras como la cadena de algo, en este caso es la denominación recibida por el esquema o la organización que se utiliza en una entidad del tipo

vertical (con jerarquías) para comunicarse. La información se origina en la parte superior de la pirámide y desciende hasta la base, y suele ser en forma de eslabón. Retomando el concepto de “productiva”, se une a continuación para dar pie a la cadena productiva.

La cadena productiva es considerada como el conjunto de actores de una actividad económica que interactúan linealmente desde el sector primario hasta el consumidor final, orientados a promover e impulsar el logro de mayores niveles de competitividad (González-Cobián *et al.*, 2007). A través de los años este concepto sigue manteniendo su similitud pues se menciona que es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, hasta su comercialización en los mercados internos y externos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento (Campero, 2015).

Figura 3.1. *Cadena productiva*



Fuente: Elaboración propia con base en Campero (2015).

También se conoce por permitir conocer cada dimensión de la actividad económica de las localidades e identificar oportunidades a partir de estas (Campero, 2015). Aunado a esta información, según Porter (1990), una empresa es algo más que la suma de sus actividades. Para poder crear una cadena capaz de producir, debe ser una cadena de valor de una em-

presa en un sistema interdependiente o red de actividades conectado mediante enlaces, por lo cual adquirir ventaja competitiva exige que la cadena de valor se gestione como un sistema y no como una colección de partes separadas.

El resumen de varios conceptos investigados arroja que las cadenas productivas son el conjunto, suma o integración de una red de actores, agentes y dimensiones de la actividad económica que interactúan para la provisión, transformación, intermediación y comercialización de los productos o servicios con lo que se logra aprovechar oportunidades, generar ventajas competitivas y alcanzar mayor nivel de competitividad, lineamiento y/o desarrollo de un individuo, empresa, región o país, con énfasis en lo económico, derivando aptitudes y características ideales para sus posibilidades económicas en el futuro.

Oportunidades de emprendimiento social

Para comprender el emprendimiento social es necesario conocer los conceptos que los unen. Según Schumpeter, el emprendedor innovador es responsable de “hacer cosas nuevas o hacer cosas que ya se están haciendo de una manera nueva” Girón y Beltrán (2025), y la innovación constante y la acción empresarial son indispensables para el desarrollo económico Girón y Beltrán (2025). El término *emprendimiento* tiene su origen en el verbo francés *entreprendre*, que significa “hacer algo”, y se utilizó por primera vez en el siglo XVIII en un contexto económico (Antúnez *et al.*, 2016).

Esta actividad se enfocó sobre todo en la generación de ingresos bajo la incertidumbre y relacionó el emprendimiento con la explotación de oportunidades y la maximización de ganancias (Cantillon, 1755). A través de los años, en otros términos el concepto *emprendimiento* se ha referido cada vez más a la actividad innovadora de los emprendedores que revolucionan el mercado, combinando nuevos factores de producción y asegurando así el desarrollo económico (Fritsch y Wyrwich, 2016).

Esta actividad puede ser llevada a cabo gracias a los diferentes ecosistemas empresariales, que son las combinaciones de elementos sociales, políticos, económicos y culturales dentro de una región que apoyan el desarrollo

y el crecimiento de las *startups* (empresa de nueva creación) innovadoras y animan a los emprendedores nacientes y a otros actores a asumir los riesgos de iniciar, financiar y ayudar a las empresas de alto riesgo (Spigel, 2017, p. 50). Esta actividad surge ya que el emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad” (Drucker, 1985).

El economista Jean-Baptiste Say complementa el término con la coordinación de los factores de producción (tierra, capital, trabajo) por parte del emprendedor y lo distinguió del capitalista, que se limitó a aportar dinero y no asumió un papel activo en la producción (Boutillier y Uzunidis, 2014).

Lo social, entendido en sentido total, se caracteriza por su diversidad, complejidad, variabilidad e inmaterialidad. Se ocupa de múltiples aspectos de la acción humana y a su vez de las relaciones que entre ellos existen y de sus continuas fluctuaciones. Esos aspectos y sus relaciones de interdependencia acaban fabricando un ente inmaterial, que denominamos (convencionalmente) lo social y que ampara al mismo tiempo al ser individual y sus múltiples creaciones en colectividad (Prats y Fernández, 2017:101).

En suma, de la información recabada se dice que (Dees, 2016) el emprendimiento social es la búsqueda innovadora e ingeniosa de oportunidades con la intención estratégica fundamental de lograr una mejora particular de condiciones sociales o ambientales. La literatura académica refleja tanto los acuerdos como las disputas heredadas de los profesionales. Ellos tienden a estar de acuerdo en que los emprendedores sociales: 1) aspiran conscientemente a crear un impacto social positivo como objetivo primario; 2) utilizan diferentes formas jurídicas de organización (sin fines de lucro, con fines de lucro o algún tipo de combinación) para lograr este objetivo, y 3) se comportan de manera que se describa apropiadamente como “empresadora”. Para acceder a los “beneficios” de ser ese innovador con coraje de hacer las cosas se encuentra un requerimiento: el del acceso a diferentes fuentes de financiamiento, ya que este crea oportunidades para aquellas personas que buscan establecer su empresa social (Vence y López Pérez, 2021).

El emprendimiento social se resume en la actividad de fuerza y voluntad de uno o varios individuos de hacer las cosas diferentes a partir de las dife-

rentes condiciones de factores de producción que los rodean, buscando aprovechar oportunidades de crecimiento propio y social para generar una respuesta o mejora de problemáticas sociales.

Análisis de la teórica fundamental

Teoría económica

Bustelo (1999) indica que las teorías económicas ortodoxas se constituyeron formalmente en los años cuarenta en países del Primer Mundo, ya que después de la Segunda Guerra Mundial es cuando alcanza este concepto al tercer mundo o países pobres. En los inicios los llamados y conocidos “pioneros” son relacionados con la economía clásica, como se le conoce hoy en día. Según Cuvillier *et al.* (1996), los conceptos y hechos más relevantes sobre el pensamiento en torno al desarrollo se basan en la literatura relacionada con el pensamiento económico, en donde los estudios van desde las obras de Adam Smith, que abarca el siglo XVIII, hasta los más recientes.

Continuando, Cataño (2013) cita a Bolaños, quien donde define que existe una teoría económica clásica, la cual es un enfoque que sirve para entender el sistema económico actual, y da solución a problemáticas como la reproducción del sistema de producción y distribución de utilización de riqueza creada. Se presenta como una alternativa al enfoque teórico denominado neoclásico, siguiente al anterior concepto.

A través de los años se sigue actualizando la visión y el concepto que se tiene de esta teoría. Enriquez (2017) cita a Marx con respecto a la teoría económica marxista, partiendo del análisis de la sociedad capitalista de su época, con el fin de desentrañar su naturaleza y evolución, así como la economía política clásica y su objetivo de justificar dicha sociedad mediante el supuesto de la armonía universal proveniente de la física newtoniana. Dicha teoría procura hacer uso eficiente del funcionamiento del capitalismo, tal como lo comprende la economía convencional interesada por desentrañar sus posibilidades de transformación. Se deja a un lado la apariencia de los fenómenos y se argumenta que la ciencia económica se en-

cuentra orientada al estudio de las relaciones sociales de producción y acerca del modo de producción específico que prevalece en una sociedad, sin dejar de lado sus posibilidades de transformación; de ahí que para Marx la economía es la ciencia de la producción y la considera como un acto histórico y económico.

En sintonía con Marx, Friedrich Engels considera que la economía estudia las leyes sociales encargadas de regir la producción, distribución, circulación y el consumo de medios materiales de vida que logran satisfacer las necesidades humanas. Ambos pensadores reconocen que el motor de la historia consiste en la forma en la que los individuos y las sociedades satisfacen sus necesidades materiales o producen los medios necesarios para subsistir. Argumentan que los individuos se hacen y rehacen históricamente en consonancia con las condiciones materiales de producción y a partir de la manera en que estos se organizan para tener acceso a los medios materiales de vida. Asimismo se puede entender y comprender cómo es que el emprendimiento y la productividad se encuentra anudado a los pensamientos anteriores.

El proceso económico se encuentra regido por la explotación de la fuerza de trabajo. Treveris, un pensador que concuerda con Marx, hace referencia a la transformación que significó el estudio del proceso económico del cual parte de una totalidad y, por tanto, el dar cuenta de las articulaciones que es posible establecer con los aspectos no económicos de la vida social. El investigar el modo de producción capitalista, relaciones de producción y circulación que le corresponden, pretendiendo identificar las leyes de tipo tendencial, las cuales están encargadas de regular este proceso y que explican sus rasgos esenciales.

De la misma forma se analizan teorías implícitas y relacionadas con el desarrollo económico. Hernandez (s.f.) menciona que el desarrollo se realiza mediante mecanismos institucionales económicos, sociales y políticos, públicos y privados que promueven mejoras en gran escala en los niveles de vida de los individuos mediante el logro de objetivos de crecimiento económico, equidad, democracia y estabilidad, en consecuencia, se entiende la relación de un tema con el otro, ya que las actualizaciones y diferentes visiones han podido sumar a los nuevos conceptos.

La modernización empieza a tener auge gracias a Talcott Parsons, ya que aportó su propia interpretación de la modernización. La teoría cobró importancia en las décadas de 1950 y 1960, para que un país o zona geográfica sea considerada en desarrollo debe tener criterios de: producto interno bruto (PIB), renta per cápita (alta), producto nacional bruto (PNB), solo por mencionar algunos (Qualitas, 2022).

En relación con la economía del emprendimiento, la teoría de la dependencia se encuentra arraigada a la corriente marxista, se centra el desarrollo en los mercados domésticos, el papel del sector industrial nacional, generación de demanda agregada mediante incrementos salariales que aumentan los niveles de vida. Cuando se alcanza la dependencia, los emprendedores pueden tener la posibilidad de realizar sus actividades.

A manera de conclusión, la historia de la economía a través del tiempo y las conclusiones a las que varios autores llegaron es inmensa, se debe analizar el campo a estudiar y analizar cuál será la mejor opción para ese momento. Partiendo de los factores para analizar las condiciones de un lugar que pueda ser apto para el crecimiento o negativamente ser propicio a un estancamiento, siempre pensar en que el desarrollo esperado sea beneficioso para la mayoría y no creyendo en una sola ideología.

Cuadro 3.1. Enfoques de la teoría económica del desarrollo

Periodo	Economía ortodoxa		Economía heterodoxa	
	Corriente	Autores	Corriente	Autores
1945-1957	Pioneros	Lewis, Rostow, Singer, Hirshman	Pioneros	Prebisch, Myrdal, Perroux
1957-1969	Conservadores	Bauer, Johnson	Enfoque de la dependencia	Baran, G. Frank, S. Amin, Cardoso, Furtado, Dos Santos
1969-1978	Necesidades básicas	Streeter, Seers, Fishlow, Chenery, Shumacher	Teorías de la nueva div. int. del trabajo	Wallerstein, Arrigui, Warren, Laciau
1978-1991	Contrarrevolución	Balassa, Bhagwati, Krueger, Lal, Little	Economía radical	Lipetz, Leys, Bambierra, Chilcote
1991- 2000	Enfoque a favor del mercado	Summer, Page, Stiglitz	Neo-estructuralismo y PNUD: Desarrollo endógeno y enfoque territorial	Sunkel, Amsden, Evans, Singh, Taylor, Friedman, Vázquez, Barquero, etc.

Fuente: Hidalgo (2004).

Por otra parte, se muestra un cuadro con varios precursores de las corrientes económicas que fueron inundando la historia del desarrollo de cada país en donde aún se siguen poniendo en práctica alguna de estas y con retroalimentaciones de otras.

Teoría de economía solidaria y teoría del emprendimiento

La teoría de economía solidaria es enfoque alternativo que busca promover una economía más equitativa, participativa y sostenible basada en los principios de solidaridad, cooperación y reciprocidad. Martínez (2015) cita a Gaiger (2003), quien señala que el término “economía solidaria” apareció en Francia en la primera mitad del siglo XIX y fue muy utilizado durante mucho tiempo, ya que a menudo se usaba para referirse a trabajadores basados en la cooperación y la asistencia mutua, con sus difíciles condiciones de vida. De esta manera, el concepto de economía social puede ubicarse en el contexto del desarrollo del capitalismo europeo, en el periodo en que surgieron diversas formas de cooperativas como reacción de la clase trabajadora a la explotación causada por el capitalismo durante la Revolución Industrial. Sin embargo, según estos autores, fue recién a fines del siglo XIX y principios del XX que la industria ganó reconocimiento institucional y aparecieron las primeras leyes que ofrecieron regulación legal a diferentes formas de organización: cooperativas, sociedades de ayuda mutua y asociaciones, forma en la cual se genera una economía social moderna. Cabe mencionar a autores como Coraggio (2001), quien sostiene que la base principal de la economía solidaria es la introducción de un nivel de cooperación y solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas.

Por otro lado, Razeto (2001) la define como “un conjunto de fuerzas sociales definidas por ideales solidarios y humanísticos que les permitan conducir una gestión humana, natural, científica, tecnológica y económica que genere un proceso de desarrollo humano holístico y sostenible. En general y para cada comunidad o grupo familiar en particular”.

Arruda (2006) refiere que la economía solidaria “es una forma ética, mutua y cooperativa de producción, intercambio, financiamiento, consumo,

comunicación, educación, desarrollo que promueve un nuevo tipo de comportamiento, pensamiento y estilo de vida en la sociedad”. Sin embargo, cabe señalar que existen diversos antecedentes y supuestos previos basados en estas definiciones, como los planteados como hipótesis por los autores Marcel Mauss y Karl Polanyi, en los que se basan los teóricos de la economía solidaria (Polanyi, 1944).

Polanyi (1944) argumentó que al menos existen cuatro principios económicos en cualquier sociedad: reciprocidad, redistribución, regulación interna e intercambio. Una economía solidaria es un conjunto de prácticas arraigadas en la cooperación, la reciprocidad, la ética, etc., donde se prioriza el bienestar de los ciudadanos y del planeta sobre la acumulación y el desarrollo desigual. La teoría de la economía solidaria se basa en un conjunto de postulados diseñados para promover una economía más justa, participativa y sostenible. Según Da Ros (2007), las organizaciones económicas solidarias tienen dos características básicas: la “hibridación” de recursos, que significa la combinación de financiamiento, y apoyo de diferentes fuentes en una organización económica solidaria, estas fuentes pueden incluir donaciones y trabajo voluntario, que es el principio de reciprocidad en la cooperación de los miembros.

La construcción conjunta de oferta y demanda es otro aspecto importante de la teoría de la economía solidaria, lo que significa que las organizaciones de economía solidaria no solo deben responder a las necesidades existentes del mercado, sino también participar activamente en la definición y configuración de la demanda. La teoría de la economía solidaria se fundamenta en:

- Una nueva visión de la ciencia económica;
- La integración de los conceptos de economía y solidaridad;
- Una reinterpretación de los procesos económicos;
- Una reformulación del concepto de empresa y de los factores de producción.

Cabe reiterar que determina que la ciencia económica no puede ser considerada como un sistema teórico independiente, sino que debe nutrirse de otras disciplinas, como la filosofía y la ética. La teoría económica so-

lidaria pretende reformular las leyes y principios que inspiraron la teoría económica capitalista.

A manera de conclusión, se puede decir que la economía solidaria se basa en tres pilares: la satisfacción de las necesidades humanas básicas, incluyendo el ser, el pertenecer, el hacer, el ser y la subsidencia axiológica, la protección, las emociones, la comprensión, la participación, la recreación, la creación, la identidad y la libertad; toma de decisiones basada en la participación, la creatividad social, la autosuficiencia, la autonomía política y la tolerancia a la diversidad de entidades; la integración orgánica del hombre con la naturaleza y la tecnología es el desarrollo y uso de tecnologías eco-humanísticas que garanticen la sostenibilidad de los recursos naturales en el futuro. La satisfacción de las necesidades humanas básicas, la participación activa y la integración orgánica en la naturaleza y la tecnología son los principales elementos que impulsan la práctica de la economía solidaria y luchan por construir una sociedad más justa y sostenible.

Teoría de emprendimiento social

El emprendimiento ha cobrado interés para las escuelas de negocios desde la década de los ochenta debido a que se relaciona con la creación y dirección de empresas, además se complementa de: financiación del emprendimiento, emprendimiento corporativo, características del emprendedor, reconocimiento de oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social. Asimismo el emprendimiento social se encuentra en relación con la realización de obras que tienen un beneficio o se refieren a cuestiones de la caridad humana; de igual manera se considera de mucha importancia para el desarrollo económico y social. En tal caso, Weerawardena (2006) muestra que el emprendimiento social parte de la confusión en relación con actividad emprendedora, radica en el desarrollo teórico dentro de diferentes dominios o áreas de conocimiento, llevando a una falta de coherencia en el enfoque con el cual es abordada esta temática.

Como segundo concepto, Guzmán y Dávila (2008) cita a Barensden y Gardner (2004), quienes dicen que el crecimiento del emprendimiento

social en términos globales en la última década ha sido impresionante, pero el significado preciso del término permanece como un asunto de debate.

Por su parte, Terán y Guerero (2020) citan a diversos autores, entre ellos a Cantillon (1755) y Say (1803), quienes son los fundadores de la teoría del emprendimiento, el primer autor colocó la función emprendedora dentro del campo de economía, refiriéndose al emprendedor como un individuo que asume el riesgo de poder adquirir un producto a un precio determinado y lograr venderlo a un precio incierto, además de que se encuentran en equilibrio dentro de la oferta y la demanda.

Posteriormente, la teoría del emprendimiento fue desarrollada por investigadores de diversas ciencias. Entre 1860 y 1880 economistas austriacos y alemanes realizaron una investigación, la cual estaba orientada en una tradición arraigada en la ciencia política y la administración. Entre 1890 y 1940 se desarrollaron muchas de las investigaciones por parte del investigador Joseph Schumpeter sobre este campo y llegó a la conclusión de que los emprendedores son considerados como personas innovadoras.

En el periodo de 1950 a 1970 la investigación sobre el fenómeno emprendedor se basó en una fuerte tradición de la ciencia del comportamiento, como un enfoque psicológico y sociológico. De 1985 en adelante los investigadores han tenido cada vez mayor interés en realizar estudios con temas de gestión y economía de las pequeñas empresas, las cuales están directamente relacionadas con el emprendimiento, el rol que estas desempeñan en la innovación, la relación que existe y el desarrollo regional. De igual forma existen empresas que se basan en la tecnología, etnicidad y las redes, así como el papel del capital de riesgo. Mientras que el espíritu emprendedor lo utilizan como estrategia.

Para 1990 los autores Stevenson y Jarillo plantearon estudios acerca del emprendimiento, donde daban a conocer que se puede dividir en el análisis de tres problemas de investigación, los cuales son: ¿cuándo actúan los emprendedores?, ¿por qué actúan? Y ¿cómo actúan?

Dentro del área temática se reflejan cuatro corrientes que son principales en la investigación del fenómeno emprendedor, las cuales son: la psicología, la sociología, la economía y la gestión empresarial, de tal modo que

la teoría del emprendimiento se puede hacer a través de uno o varios de estos fenómenos.

En otro aspecto, Cavazos *et al.* (2021) cita a los autores Nowak *et al.* (2006), quienes sostienen que la empatía, el juicio moral, la habilidad para cumplir con sus objetivos y las redes de apoyo son esenciales para el emprendedor. Estos últimos autores emplearon la teoría del comportamiento planeado, la cual funciona para analizar la intención de emprender socialmente.

Teoría del comportamiento planeado e intención de emprender socialmente

Diversos estudios están enfocados en la actitud emprendedora, entre los cuales se encuentra el de Asghar (2016), acerca de su teoría del comportamiento planeado (TPB, Theory of Planned Behavior), la cual indica que la conducta es determinada por las intenciones de los individuos, factores motivantes que ejercen influencia en ella. Por lo anterior, la actitud hacia el comportamiento muestra una valoración positiva y negativa que posee un individuo con respecto a adoptar una determinada conducta, donde tienen influencia los antecesores por la presión social que el sujeto percibe para realizar una conducta por el grado de facilidad o dificultad.

Esta teoría tiene una contribución dentro de la comprensión de conductas empresariales con la intención de controlar el comportamiento de predictores significativos dentro de la conducta de un individuo, los cuales sirven para poder determinar si una persona está involucrada en la creación de nuevas empresas. Sin embargo, Cabrera y Rodríguez (2018) citan a Ajzen (1991), quien plantea que existe una relación estrecha entre la intención de llevar a cabo un comportamiento dado y su rendimiento efectivo. Asimismo, referencia al comportamiento del cual indica el esfuerzo que la persona hará para llevar a cabo ese comportamiento y, así, capta los factores de motivación que influyen dentro de este. La teoría del comportamiento incluye tres componentes que predicen intenciones:

- Actitud personal hacia el resultado del comportamiento (AP): es el grado que tiene una persona para realizar una evaluación favorable o desfavorable del comportamiento.
- Norma subjetiva (NS): es la presión que un individuo ejerce para realizar el comportamiento.
- Control del comportamiento percibido (CCP): el ser humano tiende a tener percepción de facilidad o dificultad para realizar ciertos comportamientos.

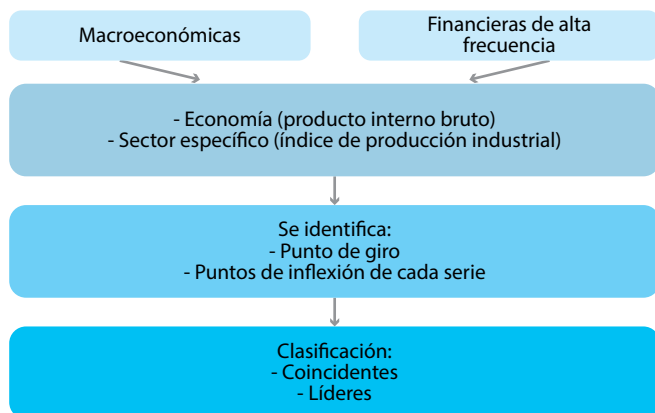
La teoría ha sido usada en múltiples contextos para predecir alguna intención, sin embargo, también tiende a ser utilizada en investigaciones en el área de psicología social, y ha resultado un predictor eficaz en el emprendimiento.

Modelos teóricos analíticos de la vocación productiva y emprendimiento social

Modelos de vocación productiva

Modelo 1. La construcción de indicadores de la actividad económica

Este modelo realizado por Sierra-Suárez *et al.* (2017), nos dice que parte de un conjunto amplio de variables macroeconómicas o financieras de alta frecuencia, que además de estar publicadas con poco nivel de rezago, coinciden con la información contenida en una variable referente a la economía (*e.g.*, producto interno bruto) o de un sector específico (*e.g.*, índice de producción industrial). Así, con esta información se identifican los puntos de giro o de inflexión de cada una de las series y se clasifican como coincidentes o líderes. En consecuencia, estas series son agregadas en un indicador sintético dependiendo de la categoría a la que pertenezcan. El objetivo final es resumir la mayor cantidad de información en un solo indicador o índice.

Figura 3.2. *Variables*

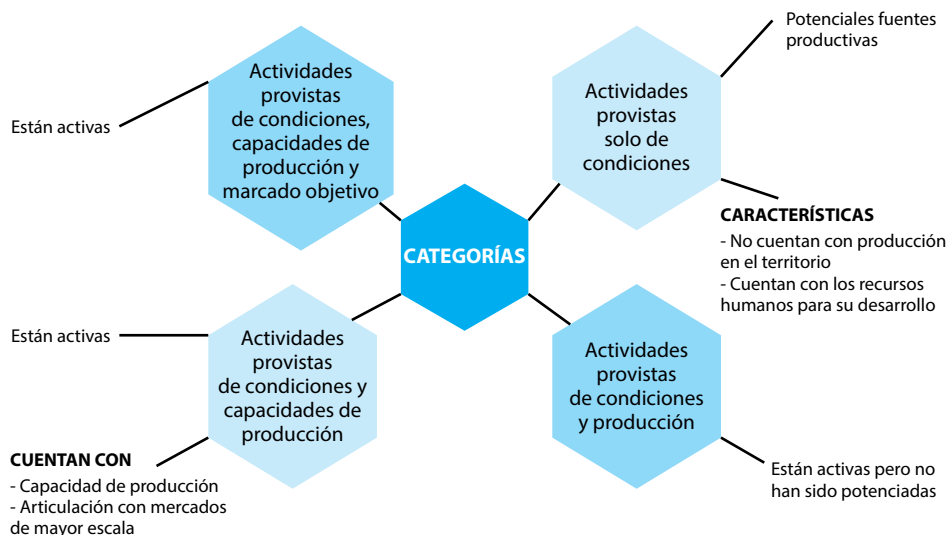
Fuente: Sierra *et al.* (2017).

Modelo 2. Vocación productiva y realidad productiva territorial: el caso de la provincia de Arauco, Chile, 2021

El siguiente modelo realizado por Figueroa-Silva y León Aravena (2023) se divide de la siguiente manera: cuenta con cuatro categorías, actividades provistas solo de condiciones (actividades que solo se constituyan como potenciales fuentes productivas, las cuales son destacadas por los discursos como una meta hacia la cual avanzar en beneficio del territorio), actividades provistas de condiciones y producción (actividades que ya operan en los territorios, y que, sin embargo, no han sido potenciadas o aún no son relevantes en términos de desarrollo local; son destacadas también como un horizonte hacia el cual avanzar), actividades provistas de condiciones y capacidades de producción (actividades que además de operar en los territorios, están provistas de infraestructura, inversión y condiciones de adaptación o flexibilidad frente al entorno económico; se constituyen como actividades o sectores consolidados en los territorios pero aún son necesarios de insertar en mercados de mayor escala), y finalmente, actividades provistas de condiciones, capacidades y mercados de producción y mercado objetivo (actividades que operan en los territorios, están provistas de una reducción visible, cuentan con capacidades de producción concretas y además se encuentran articuladas con mercados de mayor escala o provistos

de un dinamismo mayor, por ejemplo, conectados con otros territorios vecinos; si bien son destacadas como consolidadas, aun así se busca fomentarlas a nivel territorial).

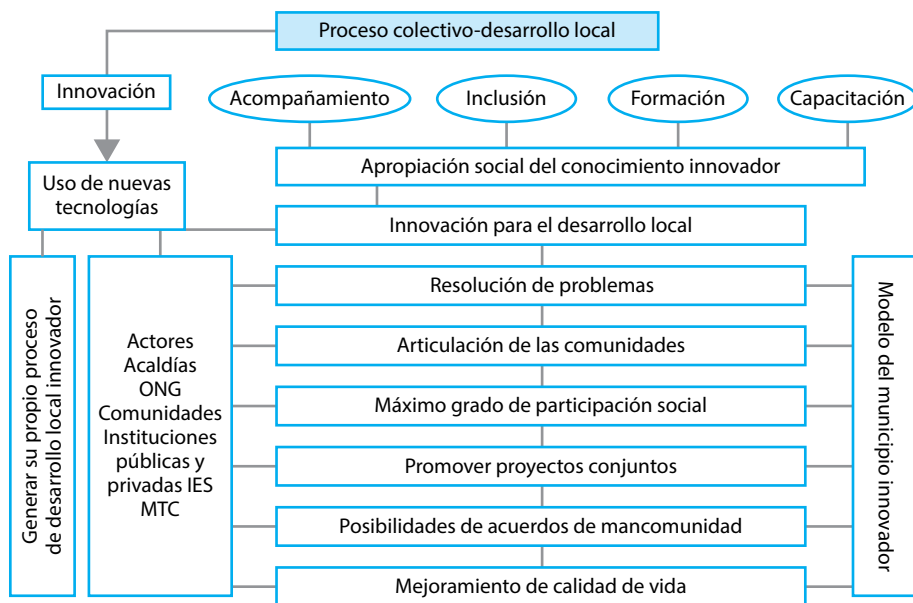
Figura 3.3. *Vocación productiva y realidad productiva territorial*



Fuente: Elaboración propia a partir de Figueroa (2023).

Modelo 3 complementario. Municipio innovador, un modelo de desarrollo local para el municipio Carirubana

En el caso específico del municipio Carirubana se propone un modelo que potencie sus particularidades internas y la participación activa del gobierno local como promotor de formas de gestión. Algunos elementos a desarrollar serían la cooperación, la solidaridad, las relaciones interinstitucionales entre los entes públicos, privados y las comunidades organizadas, con el fin de potenciar el desarrollo local sostenible, tomando en cuenta la capacitación tecnológica, las nuevas formas de información y comunicación, la identificación temprana de las vocaciones productivas del municipio, y de acuerdo a sus potencialidades endógenas territoriales, explotar racionalmente los recursos, con el fin de llegar a constituir un municipio innovador con criterios de sostenibilidad.

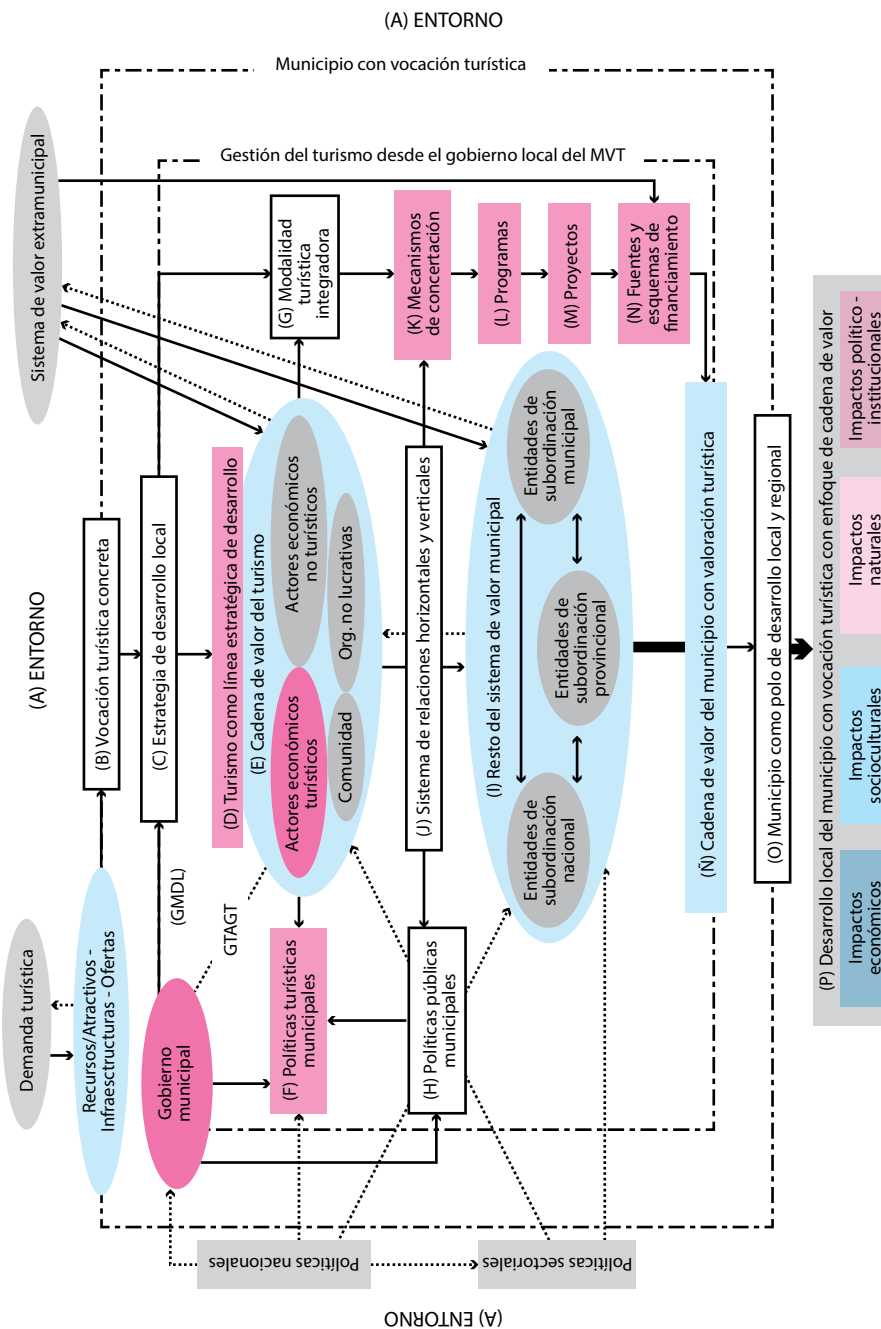
Figura 3.4. *Modelo de desarrollo local*

Fuente: Mujica, M. (2008) referenciado por Mujica, Marín, Smith & Lovera, (2008).

Modelo 4 complementario. Gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística cubanos, con enfoque de cadena de valor

Sobre el MVT inciden factores del macroentorno, como son: las variables del entorno de *marketing* (como la competencia y los canales de distribución que viabilizan los flujos de la demanda turística), los político-legales (tales como las políticas y regulaciones gubernamentales para el desarrollo económico y social, o sea, las macro o globales que caracterizan el modelo económico nacional, y las políticas sectoriales y ramales, incluida la proyección sectorial del turismo hacia la localidad a través de políticas y regulaciones tanto generales como específicas para la actividad), los económicos (donde se generan los valores extramunicipales que entran al sistema de valor municipal), socioculturales, naturales, tecnológicos, institucionales, demográficos, entre otros.

Figura 3.5. Modelo de gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística



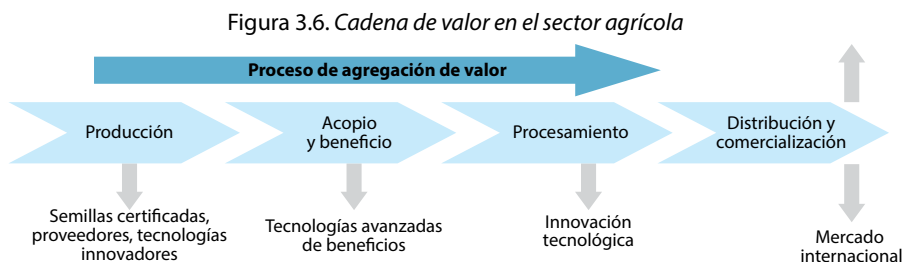
Fuente: Menoya, Ceballos, Hernández, & Viñas (2017).

La representación del proceso clave (la gestión del turismo desde el gobierno local) dentro del modelo toma como punto de partida inicial la asunción del turismo como línea estratégica de DL, dirigida por el gobierno local. En función de la vocación turística concreta y del potencial de desarrollo de cada municipio, se debe decidir entre dos alternativas estratégicas: 1) fomento de cadenas de valor para apoyar el desarrollo de una cadena de servicio turístico tradicional, de carácter sectorial, por medio de la facilitación externa de una estrategia de mejoramiento para su transformación en cadena de valor a partir de los recursos y capacidades locales, o 2) creación de una cadena de valor nueva, asociada a la materialización de la vocación turística del territorio, que no existe en el contexto actual pero tiene un alto potencial para el DL. Se considera que el modelo diseñado responde a esta última exigencia. Además, considera a todos los actores del municipio, encabezados por el gobierno, así como los agentes externos a él (instituciones de gobierno provincial y nacional, agencias de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales, operadores turísticos internacionales).

Modelos de cadenas productivas

Cadena de valor en el sector agrícola

La cadena de valor en los procesos económicos agrícolas muestra comportamientos no lineales y asociados a actividades de compra y venta micro y macroeconómicas, cinámica y complejas y con mucha relación entre sí, descrita en la siguiente figura (Edinson Jayro Poma-Hidalgo, 2022).



Fuente: Tomado del trabajo de investigación de Suarez *et al.* (2016).

Cadena de valor de McKinsey

Según el modelo de McKinsey, las funciones internas de la empresa y la visión global del sector conforman el “sistema de negocio”.

Para aplicar este modelo es necesario ordenar dentro de las columnas principales las características que conforman la ventaja competitiva de la empresa, los factores que destacan de la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes y resaltar las singularidades que los definen. Por último, la empresa asignará qué actividades realizará por sí misma y cuáles deberá externalizar (Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, 2019).

Figura 3.7. Cadena de valor de McKinsey



Fuente	Funcionalidad	Integración	Precios	Canales	Garantía
Sofisticación	Características físicas	Materias primas	Publicidad y promoción	Integración	Rapidez
Patentes	Estética	Capacidad	Fuerza de ventas	Almacenes	Cautivo/independiente
Elecciones de producto/proceso	Calidad	Localización	Envasado	Inventarios	Integración
		Aprovisionamiento	Marca	Transporte	Precios
		Producción de componentes			
		Ensamblado			

Fuente: Gehisy (2016), a partir del modelo McKinsey.

Cadena de valor de Porter

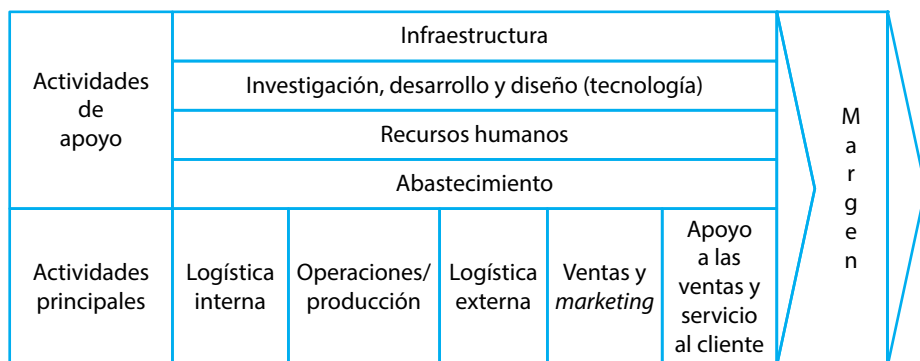
Este análisis resalta dos aspectos importantes en la empresa, el correcto manejo de los costes y la diferenciación de la empresa hacia la competencia.

“Según Porter, el liderazgo en costes bajos o la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que desarrolle una empresa y que, separándo-

las en grupos con una importancia estratégica, ofrecería información para comprender el comportamiento de los costes, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación. Todas las demás tareas deben reducir su coste lo máximo posible, sin perder la calidad intrínseca del producto. Para estas actividades se debería optar por la externalización.

Una cadena de valor genérica está conformada por tres elementos básicos, que son las actividades Primarias o Principales, las actividades de Apoyo o Auxiliares, y el Margen” (Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, 2019).

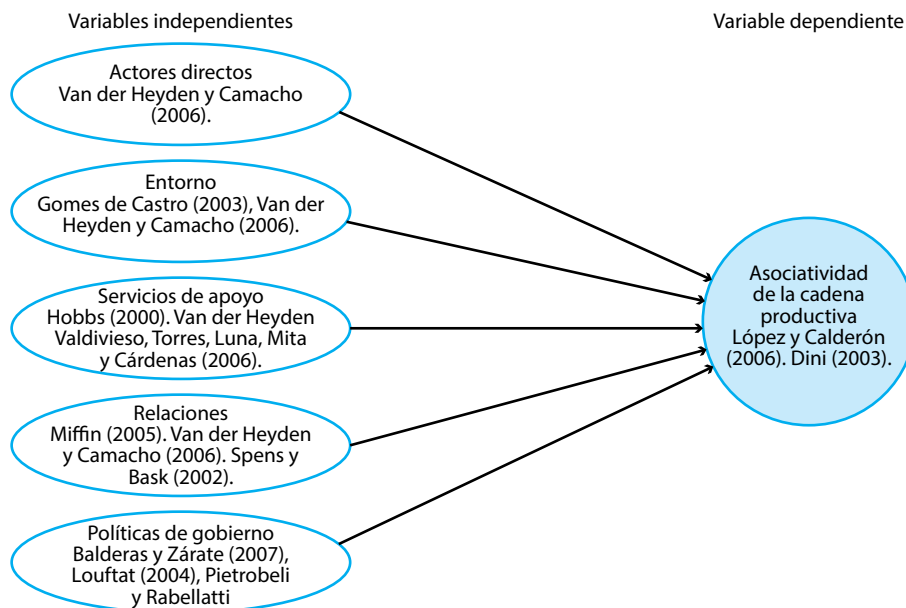
Figura 3.8. Cadena de valor de Porter



Fuente: Elaborado a partir de la investigación de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza (2019).

Modelo ex ante

En la figura se muestra el modelo ex ante que se construye con base en la evidencia empírica reportada en el estado del arte. Cada variable independiente —actores directos, entorno, servicios de apoyo, relaciones y políticas de gobierno— tiene su fundamentación teórica, y de la misma manera la variable dependiente: asociatividad. La operacionalización de las variables se realizó tomando en cuenta la variable, la definición conceptual, las dimensiones y los indicadores (Lila Margarita Bada-Carbajal, 2017).

Figura 3.9. *Modelo ex ante*

Fuente: Lila Margarita Bada-Carbajal (2017).

Las dimensiones mostradas a continuación son muestras del resultado de una ardua investigación y recabación de información, es decir, conceptos básicos e importantes citados para brindarles aún más valor curricular, dentro de las dimensiones más sobresalientes y con moda se colocaron dentro de la columna sombreada para hacer más referente a los datos obtenidos, de esta manera podremos medir en base a indicadores porcentuales y numéricos el instrumento final.

Cuadro 3.2. Dimensiones de la vocación económica

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis teórico					
C.1. Aramayo (2008)	1. Aptitud 2. Capacidad 3. Características del lugar 4. Desarrollo	1. Aptitud 2. Capacidad 3. Características del lugar 4. Desarrollo 5. Act. económica latente 6. Act. económica con potencial de desplegarse 7. Motor de desarrollo económico 8. Unión de características propias de una actividad	1. Aptitudes disponibles en la región 2. Características del lugar 3. Unión de características propias de una actividad 4. Act. económica latente y/o motor de desarrollo 5. Número de unidades económicas por actividad y conexos 6. Actividades provistas de condiciones, capacidades de producción y mercado objetivo 7. Inversión 8. Participación del gobierno e impulso de innovación 9. Comunidades organizadas	Número de recursos disponibles 1. Número de habitantes Nivel de PIB Número de empleo generado por actividades económicas 2. Extensión/ubicación geográfica 1. Número de empresas por sector. 2. Concentración de empleo PIB sectorial (tendencias) Número de usuarios (demanda turística)	
C.2. Miranda, (2017)	1. Act. Económica latente 2. Act. Económica con potencial de desplegarse				
C.3. Gob, (2021)	1. Motor de desarrollo económico 2. Unión de características propias de una actividad				
Análisis teórico					
T.1 Económica	1. Análisis de mecanismos económicos Mecanismos sociales y políticos. 2. Distribución 3. Circulación 4. Producción 5. Consumo 6. Satisfacer necesidades humanas 7. La sociedad se hace en concordancia de las actividades de producción 8. Acceso a medios materiales 9. Explotación de fuerza de trabajo 10. Aspectos no económicos 11. Circulación y tendencias	1. Análisis de mecanismos económicos 4. Producción 5. Demanda de consumo 6. Concordancia de las actividades de producción 8. Explotación de fuerza de trabajo			

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis de modelos M.1 Esau y Figueroa (2022)	1. Actividades previstas de condiciones 2. Actividades previstas de condiciones y producción 3. Actividades previstas de condiciones y capacidades de producción 4. Actividades previstas de condiciones, capacidades de producción y mercado objetivo 5. Fuentes productivas 6. Infraestructura 7. Inversión 8. Adaptación	1. Actividades previstas de condiciones 2. Actividades previstas de condiciones y producción 3. Actividades previstas de condiciones y capacidades de producción 4. Actividades previstas de condiciones, capacidades de producción y mercado objetivo 5. Fuentes productivas 6. Infraestructura 7. Inversión 8. Adaptación 9. Sectores económicos 10. Puntos de giro 11. Inflexión de serie 12. Producto interno bruto 13. Potenciar particularidades internas		Porcentaje del nivel de inversión Cambios en regulaciones gubernamentales Número de políticas sectoriales y ramales Número de entes públicos y privados Capacitación tecnológica Incremento de número por giro.	
M.2 Sierra <i>et al.</i> (2017)	1. Sectores económicos 2. Puntos de giro 3. Inflexión de serie 4. Producto interno bruto				
M.3 López <i>et al.</i> (2008)	1. Potenciar particularidades internas 2. Participación del gobierno 3. Formas de gestión 4. Cooperación 5. Solidaridad 6. Relaciones interinstitucionales 7. Entes públicos y privados 8. Comunidades organizadas 9. Desarrollo local sostenible 10. Capacitación tecnológica 11. Vocaciones productivas 12. Municipio innovador	14. Participación del gobierno 15. Formas de gestión 16. Cooperación 17. Solidaridad 18. Relaciones interinstitucionales 19. Entes públicos y privados 20. Comunidades organizadas 21. Desarrollo local sostenible 22. Capacitación tecnológica 23. Vocaciones productivas 24. Municipio innovador 25. Competencia			

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
M.4 Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística (2017)	1. Competencia 2. Canales de distribución 3. Demanda turística 4. Políticas 5. Regulaciones gubernamentales 6. Desarrollo económico 7. Desarrollo social 8. Políticas sectoriales y ramales 9. Vocación turística 10. Fomento de cadenas de valor 11. Creación de cadena de valor	26. Canales de distribución 27. Demanda turística 28. Políticas 29. Regulaciones gubernamentales 30. Desarrollo económico 31. Desarrollo social 32. Políticas sectoriales y ramales 33. Vocación turística 34. Fomento de cadenas de valor 35. Creación de cadena de valor			

Cuadro 3.3. Dimensiones de cadena productiva

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis conceptual					
C.1. Rodríguez (2007)	1. Conjunto de actores 2. Actividad económica 3. Interacción lineal 4. Proceso inicial y final	1. Conjunto de actores 2. Actividad económica 3. Proceso productivo 4. Producción de bienes 5. Proveedores de servicio 6. Financiamiento 7. Cadena de valor 8. Ventaja competitiva	1. Conjunto de actores 2. Actividad económica 3. Proveedores de bienes 4. Proveedores de servicio 5. Proveedores de servicios (financiamiento)	Quines o número de participantes Qué actividades o giros participan Qué tipo de proveeduría de materia prima Qué tipo de proveeduría de servicios	
C.2 Campero (2015)	1. Conjunto de agentes 2. Actividades económicas 3. Proceso productivo 4. Transformación de bienes 5. Producción 6. Comercialización 7. Proveedores de servicio 8. Financiamiento 9. Oportunidades				
C.3. Porter (1990)	1. Actividades 2. Cadena de valor 3. Ventaja competitiva				

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis teórico T.1 Económica	1. Análisis de mecanismos económicos 2. Mecanismos sociales y políticos 3. Sistemas de distribución 4. Sistemas de circulación 5. Sistemas de producción 6. Sistema de consumo 7. Satisfacer necesidades humanas 8. La sociedad se hace en concordancia de las actividades de producción 9. Acceso a medios materiales 10. Explotación de fuerza de trabajo 11. Aspectos no económicos 12. Circulación y tendencias	1. Sistemas de distribución 2. Sistemas de circulación 3. Sistemas de producción 4. Sistema de consumo 5. Acceso a medios materiales	6. Una ventaja competitiva 7. Satisfacer las necesidades de los clientes 8. Diferenciación de la competencia 9. Participantes en la cadena o sistemas de distribución 10. Sistema de consumo 11. Actividades principales, actividades de apoyo y margen	Qué tipo de servicios financieros Generado o no (ventaja competitiva) Grado de satisfacción del cliente Grado de diferenciación Número de participantes Tipo de participantes Tipos de sistemas Tipos de apoyos	
Análisis de modelos M. 1. Cadena de valor de McKinse (2019)	1. Funciones internas y visión global de la empresa 2. Sistema de negocio 3. Ventaja competitiva 4. Satisfacer las necesidades de los clientes 5. Actividades de la empresa	1. Funciones de la empresa 2. Sistema de negocio para lograr su visión 3. Ventaja competitiva 4. Satisfacer las necesidades de los clientes 5. Manejo correcto de costes 6. Calidad intrínseca del producto 7. Variables independientes 8. Fundamentación teórica 9. Dimensiones 10. Indicadores 11. Procesos económicos 12. Comportamientos no lineales 13. Actividades micro y macro-económicas, dinámica, complejas, actividades principales, actividades de apoyo y margen			
M. 2. Cadena de valor (Porter, 2019)	1. Análisis de aspectos importantes de la empresa 2. Manejo correcto de costes 3. Diferenciación de la competencia 4. Estrategias 5. Calidad intrínseca del producto 6. Actividades principales 7. Actividades de apoyo 8. Margen				

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
M.3. Modelo ex ante (2017)	1. Evidencia empírica 2. Variables independientes 3. Fundamentación teórica 4. Dimensiones 5. Indicadores				
M.4. Cadena de valor en sector agrícola (2022)	1. Procesos económicos 2. Comportamientos no lineales 3. Actividades de compra y venta 4. Micro y macroeconómicas 5. Dinámica y complejas				

Cuadro 3.4. Dimensiones del emprendimiento social

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis conceptual					
C.1. Schumpeter (1912)	1. Innovación constante 2. Desarrollo económico	1. Innovación constante 2. Desarrollo económico 3. Generación de ingresos 4. Explotación de oportunidades 5. Asumir riesgos 6. Fuentes de financiamiento 7. Ecosistemas emprendedores 8. Impacto social	1. Innovación	Número o tipos de innovación	Tipos de mercados atendidos
C.2. Cantillon (1775)	1. Generación de ingresos 2. Explotación de oportunidades 3. Ganancias		2. Actividad emprendedora	Número de emprendimientos sociales	
C.3. Spigel (2017, p. 50)	1. Desarrollo y crecimiento de empresas 2. Asumir riesgos		3. Fuentes de financiamiento	Tipos de financiamientos	
	3. Fuentes de financiamiento 4. Ecosistemas emprendedores		4. Cooperativas-sociedades	Número de cooperativas	
C.4. Bense (2021)	1. Búsqueda de oportunidades 2. Estrategias de mejorar condiciones sociales 3. Impactos social positivo	5. Naturaleza de los objetivos o intenciones	Tipos de objetivos	Número de personas empleadas	
		6. Redes de apoyo para emprender			

Aspecto revisado	Dimensiones por aspecto	Dimensiones integradas	Dimensiones finales	Indicadores	Escalas
Análisis teórico					
T2. Solidaría	1. Economía equitativa 2. Asistencia 3. Cooperativas-sociedades 4. Cooperación y solidaridad 5. Ideales solidarios y humanísticas 6. Gestión humana 7. Desarrollo humano holístico 8. Bienestar de los ciudadanos 9. Construcción conjunta de oferta y demanda 10. Satisfacción de las necesidades humanas básicas 11. Diversidad de entidades	1. Economía equitativa 2. Cooperación y solidaridad 3. Gestión humana 4. Desarrollo humano holístico 5. Construcción conjunta de oferta y demanda 6. Diversidad de entidades 1. Actividad emprendedora 2. Oferta y demanda 3. Desarrollo de empresas con un bien social		Tipo de comunidades Crecimiento del número Tipos o número de grupos o unidades de apoyo	
T3. Emprendimiento social	1. Actividad emprendedora 2. Reconocimiento de oportunidades para emprender 3. Lograr vender un producto/servicio 4. Oferta y demanda 5. Desarrollo de empresas con un bien social 6. Habilidad para cumplir objetivos. 7. Redes de apoyo para emprender 8. Creación de nuevas empresas 9. Factores de motivación 10. Predecir intenciones	4. Habilidad para cumplir objetivos 5. Redes de apoyo para emprender 6. Factores de motivación 7. Predecir intenciones			

De forma sintetizada la siguiente tabla contiene una serie de indicadores y dimensiones finales que nos ayudarán a obtener información valiosa a través de una encuesta. Estos indicadores representan aspectos específicos que deseamos medir o evaluar en nuestra investigación. Por otro lado, las dimensiones finales son categorías más amplias que agrupan los indicadores relacionados entre sí.

Al utilizar este cuadro, se generarán preguntas relevantes y específicas para la encuesta. Cada pregunta estará diseñada para recopilar datos sobre uno o varios indicadores, lo que permitirá obtener una visión completa y detallada de los temas de interés.

Cuadro servirá como una guía para asegurar los temas abordados, todos los aspectos importantes en la encuesta, y ayudará a organizar y analizar los datos recopilados de manera más efectiva. Además, al tener indicadores y dimensiones finales claros, se podrán comparar los resultados y extraer conclusiones significativas que ayuden a tomar decisiones informadas.

Una vez delimitadas las dimensiones se desarrolló un acotamiento sobre la naturaleza y abordamiento de cada dimensión, lo cual se puede observar en el cuadro 3.5:

Cuadro 3.5. *Dimensiones*

No	Dimensiones		
	<i>Vocación productiva</i>	<i>Cadena productiva</i>	<i>Emprendimiento social</i>
1	Aptitudes disponibles en la región	Conjunto de actores	Innovación
2	Características del lugar	Proveedores de bienes	Actividad emprendedora
3	Unión de características propias de una actividad Clúster	Proveedores de servicio	Fuentes de financiamiento
4	Act. económica latente y/o motor de desarrollo	Proveedores de capital o financiamiento	Cooperativas- sociedades
5	Número de unidades económicas por actividad y conexos	Participantes en la cadena o sistemas de distribución	Naturaleza de los objetivos o intenciones
6	Condiciones del mercado objetivo	Sistema de consumo	Redes de apoyo para emprendedor
7	Inversión	Actividades principales, actividades de apoyo y margen	
8	Participación del gobierno e impulso de innovación	Resultado de ventaja competitiva	
9		Satisfacer las necesidades de los clientes	
10		Diferenciación de la competencia	

4. Vocación y cadenas productivas de Puerto Vallarta

Los presentes resultados se derivan de la investigación de campo realizada a través de una encuesta, la cual se desarrolló con base en las dimensiones e indicadores identificados en el capítulo teórico que antecede, lo que permitió su validez de constructo o interna, asimismo se validó por expertos.

La estratificación se estructuró como a continuación se describe:

Cuadro 4.1. *Sector de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	Pesca y captura de otros peces, crustáceos, moluscos y otras especies	11	0.07

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.2. *Sector minero*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Minería	Minería de arena y grava para la construcción	1	0.01

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.3. Sector de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final	Captación, tratamiento y suministro de agua realizados por el sector público	22	0.13

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.4. Sector de construcción

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Construcción	Edificación de vivienda unifamiliar	13	0.06
	Edificación de inmuebles comerciales y de servicios, excepto la supervisión	12	0.07
	Edificación de vivienda multifamiliar	7	0.04

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.5. Sector de industrias manufactureras

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Industrias manufactureras	Fabricación de productos de herrería	157	0.95
	Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	128	0.77
	Planificación tradicional	106	0.64
	Fabricación de productos de madera para la construcción	90	0.54
	Impresión de formas continuas y otros impresos	66	0.40

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.6. *Sector de comercio al por mayor*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Comercio al por mayor	Cemento, tabique y grava	31	0.19
	Desechos metálicos	29	0.17
	Medicamentos veterinarios y alimentos para animales, excepto mascotas	27	0.16
	Equipo y material eléctrico	22	0.13
	Materiales metálicos para la construcción y la manufactura	19	0.11

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.7. *Sector de comercio al por menor*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Comercio al por menor	Tiendas de abarros, ultramarinos y misceláneas	1,203	7.25
	Tiendas de artesanías	545	3.28
	Ropa, excepto de bebé y lencería	498	3.00
	Minisúpers	260	1.57
	Cerveza	254	1.53

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.8. *Sector de transportes, correos y almacenamiento*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Transportes, correos y almacenamiento	Transporte turístico por agua	80	0.48

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.9. *Sector de información en medios masivos*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Información en medios masivos	Operadores de servicios de telecomunicaciones inalámbricas	13	0.08
	Otros servicios de telecomunicaciones	11	0.07
	Operadores de servicios de telecomunicaciones inalámbricas	10	0.06
	Transmisión de programas de radio	10	0.06
	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	6	0.04

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.10. *Sector de servicios financieros y de seguros*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios financieros y de seguros	Banca múltiple	325	1.96

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.11. *Sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	Servicios de administración de bienes raíces	103	0.62
	Inmobiliarias y corredores de bienes raíces	84	0.51
	Alquiler sin intermediación de salones para fiestas y convenciones	81	0.49
	Alquiler de automóviles sin chofer	47	0.28

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.12. *Sector de servicios profesionales, científicos y técnicos*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios profesionales, científicos y técnicos	Servicios de contabilidad y auditoría	90	0.54
	Bufetes jurídicos	80	0.48

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.13. *Sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	Servicios de acceso a computadoras	85	0.51
	Agencias de viajes	82	0.49

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.14. *Sector de servicios educativos*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios educativos	Escuelas de educación primaria del sector público	103	0.62
	Escuelas de educación preescolar del sector público	92	0.55

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.15. *Sector de servicios de salud y de asistencia social*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios de salud y de asistencia social	Consultorios dentales del sector privado	174	1.05
	Consultorios de medicina general del sector público	91	0.55
	Consultorios de medicina general del sector privado	75	0.45
	Agrupaciones de autoayuda para alcohólicos y personas con otras adicciones	58	0.35
	Laboratorios médicos y de diagnóstico del sector privado	40	0.24

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.16. *Sector de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	Centros de acondicionamiento físico del sector privado	82	0.49

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.17. *Sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	777	4.68
	Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o comida corrida	500	3.01
	Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	315	1.90

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.18. *Sector de otros servicios, excepto actividades gubernamentales*

<i>Sector</i>	<i>Actividad sobresaliente</i>	<i>Número de establecimientos</i>	<i>% del total de los sectores</i>
Otros servicios, excepto actividades gubernamentales	Salones y clínicas de belleza y peluquerías	934	5.63

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.19. Sector de actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales

Sector	Actividad sobresaliente	Número de establecimientos	% del total de los sectores
Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales	Administración pública en general	28	0.17
	Impartición de justicia y mantenimiento de la seguridad y el orden público	28	0.17
	Actividades administrativas de instituciones de bienestar social	27	0.16

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta la descripción y análisis de los resultados de la investigación por orden de variables y dimensiones.

Apartado a) Vocación productiva

Dimensión 1. Aptitudes disponibles en la región

La gráfica 4.1 presenta los resultados de la opinión de los encuestados con respecto a si consideran que la región cuenta o integra elementos que la hacen apta para el desarrollo de actividades económicas. Para esta dimensión se agruparon seis preguntas de las que se describirán los resultados.

Respecto a si Puerto Vallarta cuenta con los medios de comunicación y conectividad, se observa que prácticamente la mitad, con 44.4%, está totalmente de acuerdo, seguido de un 29% que está altamente de acuerdo. En seguida, respecto a la seguridad pública y el ambiente propicio para los negocios, se observa que el 27.4% opina que está poco de acuerdo en cuanto a vivir en un ambiente seguro proporcionado por la seguridad pública, seguida del 26.3% que se encuentra medianamente de acuerdo, sin embargo, el 21.4% dijo estar totalmente de acuerdo. Lo que significa que un porcentaje alto de la población de Puerto Vallarta considera que aún es seguro el entorno para abrir negocios.

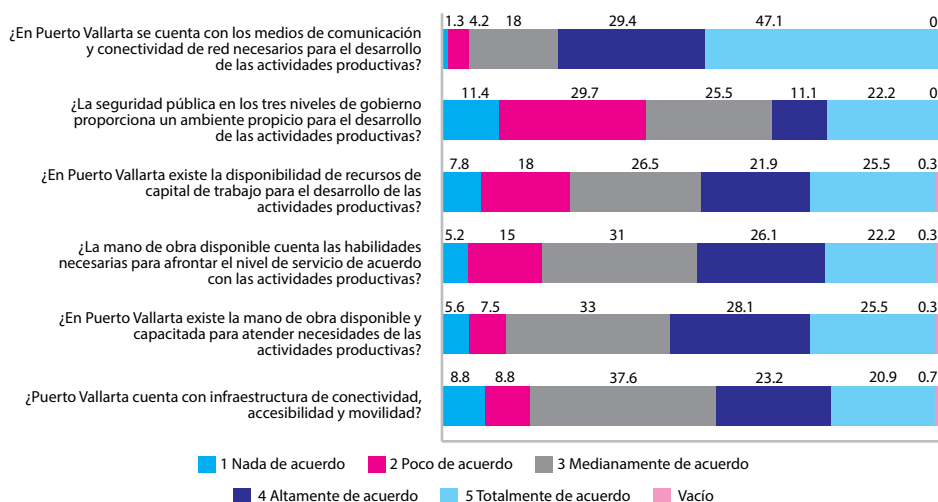
En este mismo orden de ideas, se identificó que el 31% está medianamente de acuerdo en que existe disponibilidad suficiente de recursos de capital de trabajo para el desarrollo de las actividades productivas, seguida del

23.6% que está altamente de acuerdo en que están en disponibilidad, y en esta misma posición positiva el 22.2% está totalmente de acuerdo con que están capacitados, asimismo se puede saber que solo el 14.5% no se encuentra altamente de acuerdo con que se cuenta con la mano de obra capacitada, esto se puede deber a que existen trabajos que requieren un gran nivel de especialidad.

En esta dimensión, otro indicador fue si esta mano de obra disponible cuenta con las habilidades necesarias para afrontar el nivel de servicio de acuerdo con las actividades productivas; respecto a esto, la opinión de los encuestados fue que 31% que está medianamente de acuerdo, seguido de un 26.1% que dice estar altamente de acuerdo y finalmente un 22.22% que dice estar totalmente de acuerdo, como se puede observar, el 48.3% sí considera de manera positiva que la mano de obra disponible en Puerto Vallarta cuenta con habilidades.

Por último, en esta dimensión otro cuestionamiento fue sobre si Puerto Vallarta cuenta con los medios de comunicación y conectividad de red necesarios para el desarrollo de las actividades productivas, de lo que se obtuvo el siguiente resultado: 37.6% de las empresas están medianamente de acuerdo, seguido de un 23.3% que se encuentra altamente de acuerdo.

Gráfica 4.1. *Aptitudes disponibles en la región (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 2. Desarrollo de características de lugares

La gráfica 4.2 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto al desarrollo de características de lugares para la vocación productiva de Puerto Vallarta. Para esto se agruparon cuatro preguntas que abordan el tema.

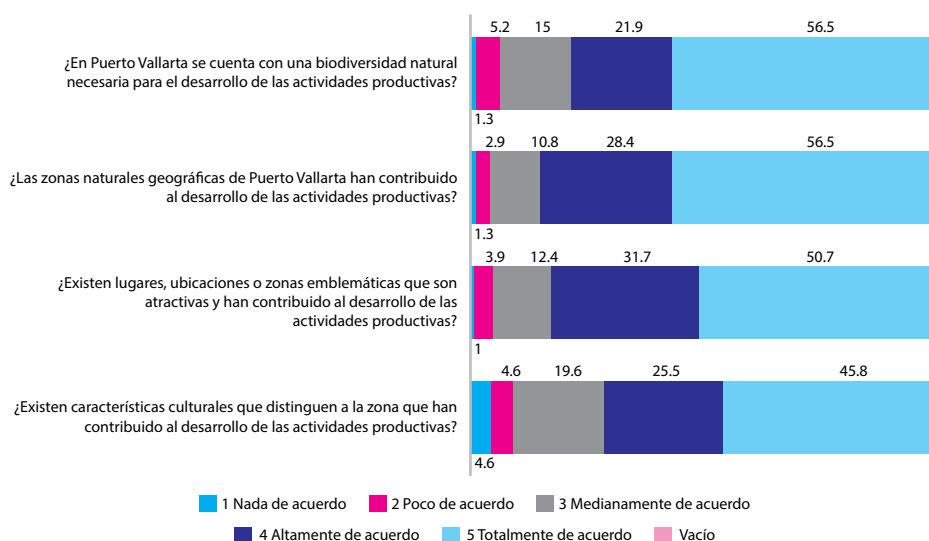
La primera pregunta tiene un enfoque hacia la biodiversidad necesaria para el desarrollo de la vocación productiva, en este punto hay dos resultados relevantes de la opinión de los encuestados, la opción de “totalmente de acuerdo”, que tuvo un 56.5%, y la opción de “altamente de acuerdo”, que tuvo un 21.99%, esto indica la consideración de la importancia de la biodiversidad, en este caso demostrando que el 78.49% de los encuestados está de acuerdo sobre la importancia que tiene este enfoque en Puerto Vallarta.

La segunda pregunta tiene un enfoque hacia la importancia de las zonas geográficas para el desarrollo de la vocación productiva, en esta pregunta hay dos resultados de gran relevancia de la opinión de los encuestados, la opción de “totalmente de acuerdo”, que tuvo un 56.5%, y la opción de “altamente de acuerdo”, que tuvo un 28.4%, los resultados muestran que para más de 84.9% de los encuestados las zonas geográficas son de importancia para una buena vocación productiva en Puerto Vallarta.

La tercera pregunta se enfoca en la importancia de la existencia de lugares, ubicaciones o zonas emblemáticas atractivas y que han contribuido al desarrollo de actividades de vocación productiva, en la que hay dos respuestas de relevantes: la opción de “totalmente de acuerdo”, que tuvo un 50.7%, y la opción de “altamente de acuerdo” con un 31.7%; los resultados muestran que para un 82.4% de los encuestados sí hay lugares, ubicaciones o zonas emblemáticas de importancia para un buen desarrollo de vocaciones productivas en Puerto Vallarta.

La cuarta y última pregunta va enfocada hacia la importancia de las características culturales para la distinción del desarrollo de zonas importantes para la vocación productiva, en esta hay dos respuestas relevantes de la opinión de los encuestados: la opción de “totalmente de acuerdo”, que tuvo un 45.8%, y la opción de “altamente de acuerdo”, que tuvo un 25.5%, los resultados indican que para 71.3% de los encuestados sí son de importancia las características culturales de Puerto Vallarta.

Gráfica 4.2. *Desarrollo de características de lugares para la vocación productiva (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

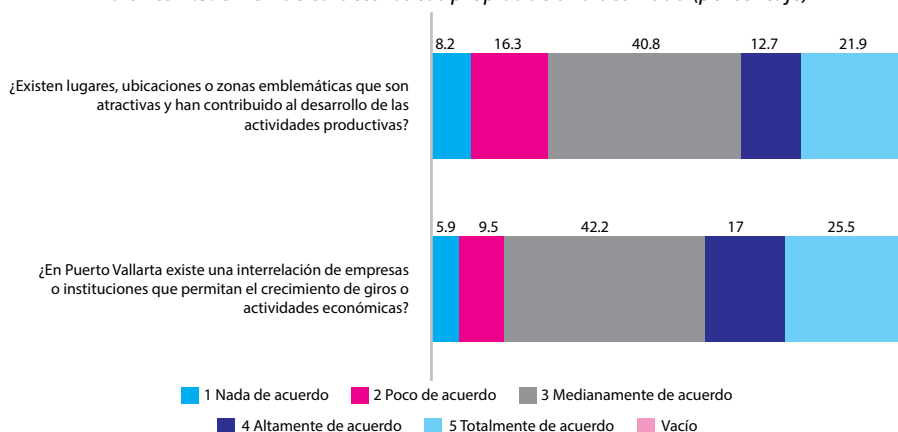
Dimensión 3. Unión de características propias de una actividad

La gráfica 4.3 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a la unificación de la vocación productiva de Puerto Vallarta. Para esto se agruparon dos preguntas que abordan.

La primera pregunta se enfoca en si la existencia de lugares, ubicaciones o zonas emblemáticas son atractivas y han contribuido al desarrollo de actividades económicas, para lo cual hay tres respuestas de relevancia de los encuestados: la opción de “medianamente de acuerdo” tuvo un 40.8%, la opción de “totalmente de acuerdo” tuvo un 21.9% y de forma opuesta la opción de “poco de acuerdo” tuvo un 16.3%, esto indica que en Puerto Vallarta el 62.7% de los encuestados tiene un enfoque positivo sobre la importancia de lugares o zonas emblemáticas para el desarrollo económico, pero un 16.3% de esos encuestados tiene una perspectiva negativa, ya que no aprecian un crecimiento económico importante de lugares emblemáticos.

La segunda pregunta se enfoca en la interrelación de empresa/institución que permita el crecimiento de giros o actividades económicas, para lo cual hay tres respuestas de relevancia de los encuestados: la opción de “medianamente de acuerdo”, que tuvo un 42.2%, la opción de “totalmente de acuerdo”, que tuvo un 25.5%, y la opción de “altamente de acuerdo”, que tuvo un 17.0%, lo que indica que en Puerto Vallarta el 84.7% de los encuestados tiene un enfoque positivo sobre la relación empresa/institución para el crecimiento de giros o actividades económicas.

Gráfica 4.3. Unión de características propias de una actividad (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 4. Actividades económicas latentes y/o motor de desarrollo

La gráfica 4.4 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a qué sectores consideran que han tenido un crecimiento constante en Puerto Vallarta.

El servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas es percibido como el sector de mayor crecimiento, con un 66% de los encuestados considerando que ha tenido un desarrollo constante. Este resultado no es sorprendente, dado el carácter turístico de Puerto Vallarta, donde la hospitalidad y la gastronomía juegan roles cruciales. Respecto al

comercio al por menor, 45% de los encuestados considera que ha tenido un crecimiento constante. Este sector es fundamental para la economía, ya que abarca una amplia gama de productos y servicios para los residentes y visitantes.

Sin embargo, el servicio de apoyo a los negocios muestra una percepción de crecimiento más moderada, con solo el 7% de los encuestados (27 personas) opinando que este sector ha tenido un crecimiento constante. Esto podría indicar una menor inversión o desarrollo en servicios empresariales en comparación con otros sectores. En contraste, el comercio al por mayor tiene una mejor percepción, con el 30% de los encuestados observando un crecimiento constante en este sector. Esto puede reflejar un aumento en la demanda de bienes a gran escala, impulsado por el crecimiento de otros sectores económicos.

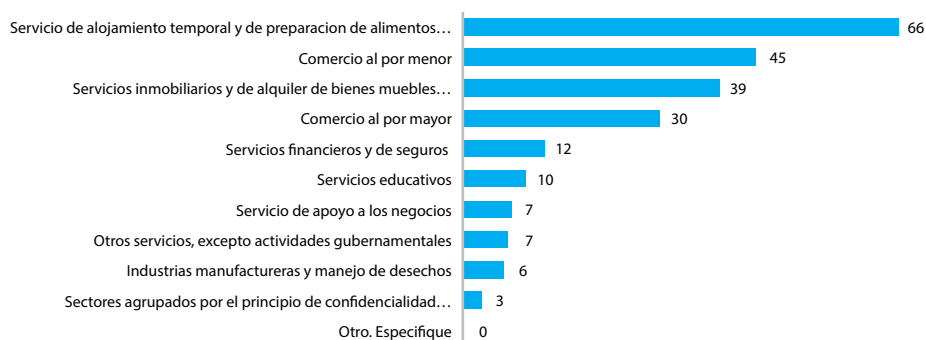
Además, los servicios educativos son considerados como un sector en crecimiento por el 10% de los encuestados. Aunque este porcentaje es relativamente bajo, destaca la importancia de la educación en el desarrollo económico y social de la región. En el ámbito de los servicios financieros, los servicios financieros y de seguros son percibidos como en crecimiento por el 12% de los encuestados. Esto indica una mejora en la oferta de productos financieros y de seguros en la zona. En cuanto a los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, el 39% de los encuestados cree que este sector ha tenido un crecimiento constante. Este sector es vital para el desarrollo urbano y el bienestar de la población, reflejando una expansión en el mercado de bienes raíces.

Por otro lado, las industrias manufactureras y manejo de desechos muestran una percepción de crecimiento limitada, con solo el 6% de los encuestados considerando que este sector ha tenido un desarrollo constante. Esto puede ser un área de oportunidad para futuras inversiones y políticas de desarrollo. En contraste, otros servicios, excepto actividades gubernamentales, son percibidos por el 7% de los encuestados como sectores con crecimiento constante, indicando una diversidad en el desarrollo de servicios no gubernamentales.

Además, otros agrupados por el principio de confidencialidad y servicios de remedios muestran una percepción mínima de crecimiento, con solo el 3% de los encuestados opinando que este sector ha tenido un desarrollo

constante. Este resultado podría reflejar un menor conocimiento o menor relevancia de estos servicios en la percepción general. Finalmente, es importante mencionar que en menor medida solo una persona mencionó otro sector diferente a los listados anteriormente, lo que sugiere que los sectores identificados cubren la mayoría de las áreas de crecimiento percibidas en Puerto Vallarta.

Gráfica 4.4. *crecimiento constante por sector (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

La gráfica 4.5 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a cuál consideran que ha tenido mayor demanda de empleo en Puerto Vallarta.

En primer lugar, el sector de servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas se destaca significativamente, con el 51% de los encuestados considerando que ha tenido la mayor demanda de empleo en Puerto Vallarta. Este resultado refleja la importante necesidad de mano de obra en la industria del turismo y la gastronomía, sectores esenciales para la economía local. Por otro lado, el comercio al por menor es considerado por el 24% de los encuestados como un sector con alta demanda de empleo. Esto muestra la relevancia de las actividades comerciales minoristas en la generación de oportunidades laborales en la región.

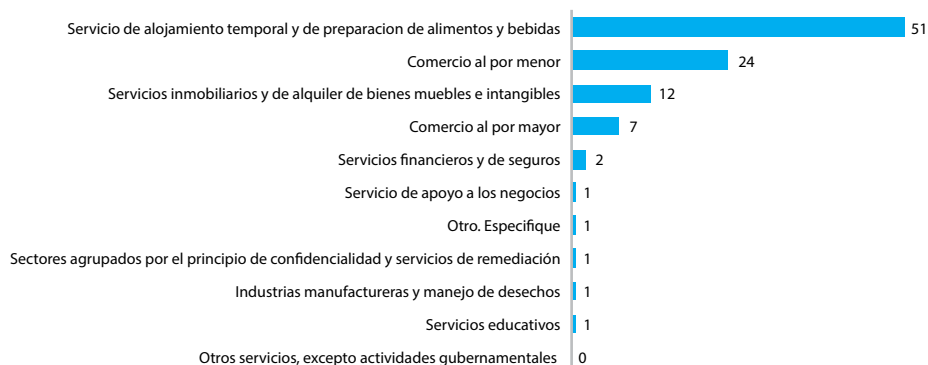
En tercer lugar, el sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles es percibido por el 12% de los encuestados como

un sector con considerable demanda de empleo. Esto indica un mercado laboral activo en el sector inmobiliario. Asimismo, el comercio al por mayor es identificado por el 7% de los encuestados como un sector relevante para la demanda de empleo.

Por otro lado, los sectores de servicios financieros y de seguros y servicio de apoyo a los negocios tienen una menor percepción de demanda de empleo, obteniendo el 2 y el 1%, respectivamente. Además, los sectores de servicios educativos, industrias manufactureras y manejo de desechos, otros servicios, excepto actividades gubernamentales, sectores agrupados por el principio de confidencialidad y servicios de remediación, y otro. Especifique, tienen una percepción mínima en términos de demanda de empleo, cada uno con el 1% de las respuestas y entre uno y tres encuestados mencionando estos sectores.

De forma integrada, la gráfica permite observar que los sectores de Servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas y Comercio al por menor destacan como los principales generadores de demanda de empleo en Puerto Vallarta, según la percepción de los encuestados. Estos resultados subrayan la dependencia del mercado laboral local en el turismo y las actividades comerciales minoristas. Sin embargo, otros sectores, aunque menos destacados, también contribuyen a la creación de empleo en la región, indicando una diversificación de oportunidades laborales.

Grafica 4.5. *Demanda de empleo por sector (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

La gráfica 4.6 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a cuál consideran que es el sector que genera mayor derrama económica o aportación al producto interno bruto (PIB) de Puerto Vallarta.

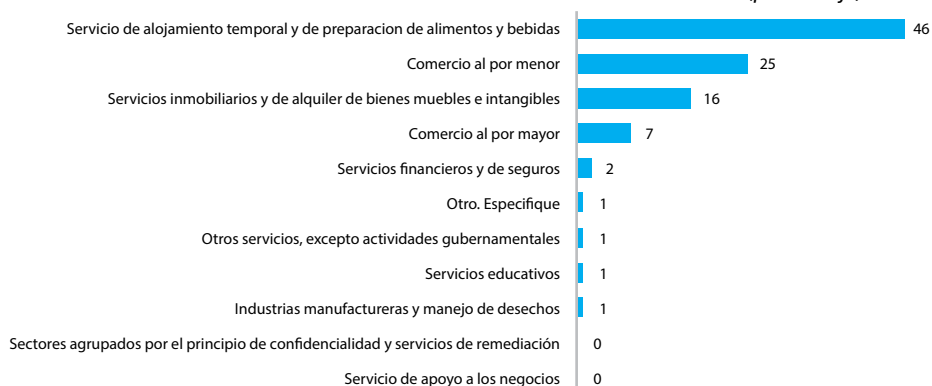
Respecto al sector de servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, se observa que el 46% de los encuestados considera que este sector es el que genera mayor derrama económica en Puerto Vallarta. Este resultado destaca la importancia del turismo y la gastronomía en la economía local.

En segundo lugar, el comercio al por menor es considerado por el 25% de los encuestados como el sector que más aporta al PIB de la región. Esto refleja la relevancia de las actividades comerciales minoristas en la dinámica económica de la ciudad. El sector de servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles es percibido por el 16% de los encuestados como un importante contribuyente al PIB de Puerto Vallarta, lo que indica el valor de las propiedades y el mercado inmobiliario en la zona.

El comercio al por mayor es identificado por el 7% de los encuestados como un sector relevante para la economía local, seguido de los servicios educativos y servicios financieros y de seguros, con 2% cada uno. Los sectores de industrias manufactureras y manejo de desechos, otros servicios excepto, actividades gubernamentales y otro. Especifique, tienen una percepción menor, con solo el 1% de los encuestados considerando que estos sectores contribuyen significativamente al PIB de Puerto Vallarta.

Finalmente, los sectores de servicio de apoyo a los negocios y otros, agrupados por el principio de confidencialidad y servicios de remedio, no fueron percibidos como importantes contribuyentes al PIB, recibiendo 0% de las respuestas.

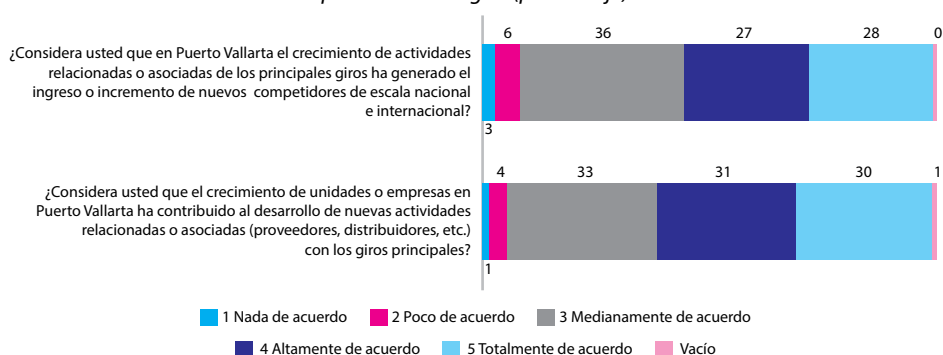
De forma integrada, la gráfica permite observar que los sectores de servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas y comercio al por menor destacan como los principales generadores de derrama económica en Puerto Vallarta, según la percepción de los encuestados. Estos resultados subrayan la dependencia de la economía local en el turismo y las actividades comerciales minoristas. Otros sectores, aunque menos destacados, también juegan un papel importante en la diversificación económica de la región.

Gráfica 4.6. Contribución económica de los sectores en Puerto Vallarta (porcentaje)

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 5. Número de unidades económicas conexas y crecimiento de competencia por actividad o giro

La gráfica 4.7 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a si consideran que la región de Puerto Vallarta cuenta o integra elementos que la hacen apta para el desarrollo de actividades económicas. Para esta dimensión se agruparon dos preguntas.

Gráfica 4.7. Número de unidades económicas conexas y crecimiento de competencia por actividad o giro (porcentaje)

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Respecto a si el crecimiento de actividades relacionadas o asociadas de los principales giros ha generado el ingreso o incremento de nuevos competidores de escala nacional e internacional, se observa que el 36% de los encuestados está medianamente de acuerdo, seguido de un 28% que está totalmente de acuerdo y un 27% que está altamente de acuerdo. Por otro lado, el 6% está poco de acuerdo y el 3% está nada de acuerdo.

Enseguida respecto a si el crecimiento de unidades o empresas en Puerto Vallarta ha contribuido al desarrollo de nuevas actividades relacionadas o asociadas (proveedores, distribuidores, etc.) con los giros principales, se observa que el 33% de los encuestados está medianamente de acuerdo, seguido de un 31% que está altamente de acuerdo y un 30% que está totalmente de acuerdo. Solo el 4% está poco de acuerdo y 1% está nada de acuerdo, mientras que 1% no respondió. Estos resultados indican que una mayoría significativa de la población considera positivamente el impacto del crecimiento empresarial en el desarrollo de actividades relacionadas.

Los resultados de la encuesta reflejan una percepción mayormente positiva entre los encuestados sobre la capacidad de Puerto Vallarta para apoyar el desarrollo económico a través del crecimiento de unidades empresariales y la generación de nuevos competidores. Los porcentajes muestran una inclinación favorable hacia la contribución de estas actividades al dinamismo económico de la región.

De forma integrada, la gráfica permite observar que de los elementos cuestionados para evaluar la aptitud que posee la región para impulsar la vocación productiva destacan la buena percepción del desarrollo de nuevas actividades relacionadas y la capacidad de atraer nuevos competidores de escala nacional e internacional. Sin embargo, es importante considerar los porcentajes minoritarios que muestran desacuerdo, lo que indica áreas que podrían necesitar atención para mejorar la percepción general.

Dimensión 6. Condiciones del mercado objetivo

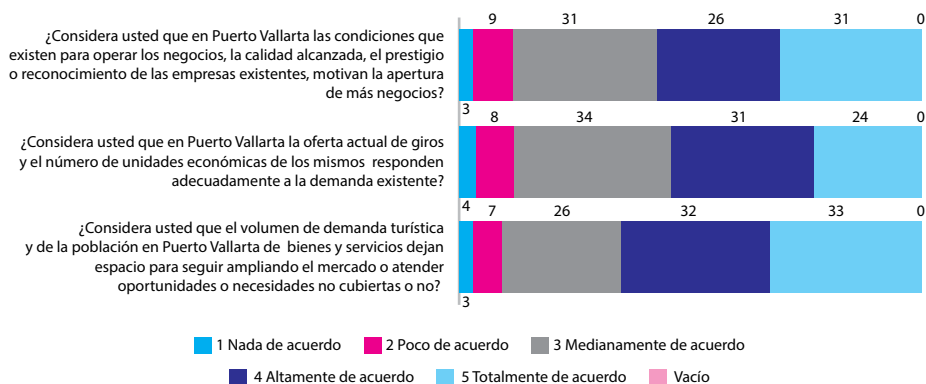
La gráfica 4.8 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a si consideran que la región de Puerto Vallarta cuenta con ciertos elementos para el desarrollo de actividades económicas.

En lo que se refiere a las condiciones para operar negocios, la calidad alcanzada, el prestigio o reconocimiento de las empresas existentes, una mayoría significativa percibe condiciones favorables como motivadores para la apertura de nuevos negocios. Un 3% de los encuestados no está nada de acuerdo, el 9% está poco de acuerdo, el 31% está medianamente de acuerdo, el 26% está altamente de acuerdo y el 31% está totalmente de acuerdo.

Respecto a la oferta actual de giros y el número de unidades económicas en Puerto Vallarta, los datos reflejan una percepción positiva sobre la adecuación de la oferta a la demanda, aunque todavía hay espacio para mejorar según una parte de los encuestados. Un 4% de los encuestados no está nada de acuerdo, el 8% está poco de acuerdo, el 34% está medianamente de acuerdo, el 31% está altamente de acuerdo y el 24% está totalmente de acuerdo.

En cuanto a la percepción del volumen de demanda turística y de la población de bienes y servicios, los resultados indican que una mayoría significativa de los encuestados ve potencial para expandir el mercado y atender nuevas oportunidades en Puerto Vallarta. Un 3% de los encuestados no está nada de acuerdo, el 7% está poco de acuerdo, el 26% está medianamente de acuerdo, el 32% está altamente de acuerdo y el 33% está totalmente de acuerdo.

Gráfica 4.8. Condiciones del mercado objetivo (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

De forma integrada, la gráfica permite observar que de los elementos cuestionados para evaluar la aptitud que posee la región para impulsar la vocación productiva destacan la percepción positiva sobre el potencial de expansión del mercado de bienes y servicios debido a la demanda turística y poblacional. Además, se reconoce adecuadamente la oferta actual de giros y unidades económicas en respuesta a la demanda existente. Asimismo, la calidad, el prestigio y el reconocimiento de las empresas existentes en Puerto Vallarta se consideran motivadores importantes para la apertura de nuevos negocios. No obstante, aunque la percepción general es positiva, los datos reflejan que aún hay áreas que requieren mejora para maximizar el desarrollo económico de la región.

Dimensión 7. Inversión

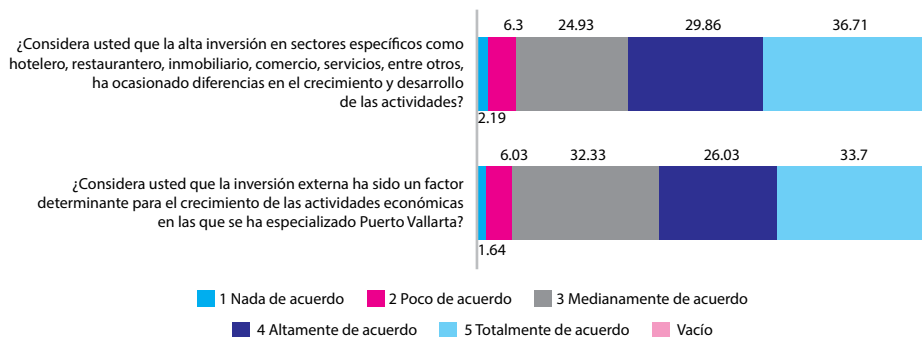
En el marco de la investigación sobre el impacto de la inversión en el desarrollo económico de Puerto Vallarta, se presentan a continuación los resultados obtenidos de una encuesta aplicada a actores clave del sector económico local. Los resultados se presentan en la gráfica 4.9, que muestra las percepciones sobre la inversión en sectores específicos y la inversión externa.

La percepción predominante entre los encuestados es que la alta inversión en sectores específicos ha generado diferencias significativas en el crecimiento y desarrollo económico de Puerto Vallarta. Un 36.71% de los encuestados está totalmente de acuerdo con esta afirmación, y un 29.86% está altamente de acuerdo. Este consenso sugiere que las inversiones focalizadas en sectores estratégicos como hotelería, restaurantero, inmobiliario, comercio, entre otros, son vistas como un motor crucial para la economía local. Solo el 8.49% discrepa de esta visión estando en desacuerdo o total desacuerdo, indicando una aceptación generalizada de esta premisa.

En cuanto a la inversión externa, los datos también indican una percepción positiva, aunque ligeramente más distribuida. El 59.73% de los encuestados se encuentra de acuerdo en niveles altos, lo cual señala una fuerte aceptación de la influencia positiva de la inversión externa en el crecimiento

económico. Sin embargo, el 32.33% de los encuestados que está medianamente de acuerdo refleja una cierta cautela o consideración de otros factores adicionales que podrían estar influyendo en el crecimiento económico de Puerto Vallarta.

Gráfica 4.9. Inversión (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 8. Participación del gobierno e impulso a la innovación

En la influencia de las regulaciones gubernamentales podemos observar que la mayoría de los encuestados con un 58.3% está de acuerdo que las regulaciones gubernamentales son determinantes para el crecimiento de las actividades económicas en Puerto Vallarta. Esto sugiere que las políticas y regulaciones gubernamentales son vistas como un factor importante en el desarrollo económico de la región.

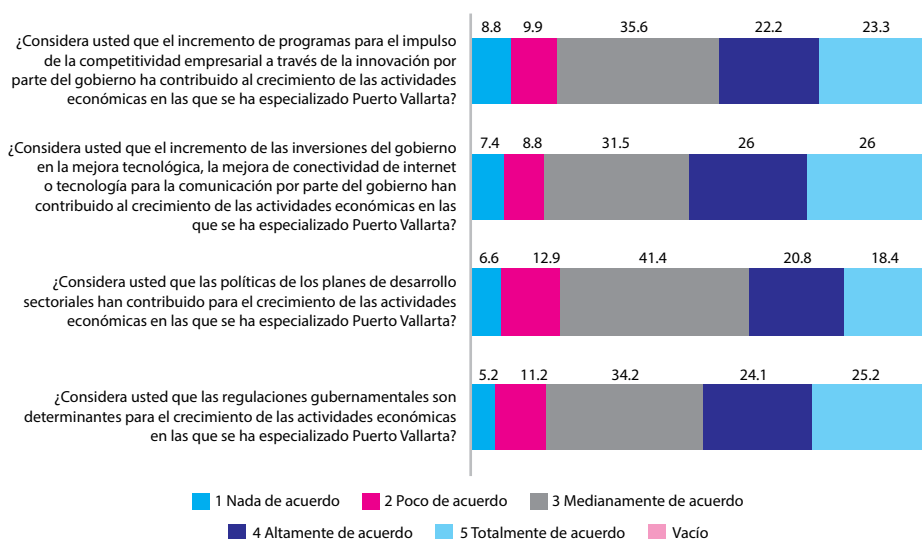
Y el impacto de las políticas de desarrollo sectorial han sido percibidas en un 62.2% de los encuestados que están al menos medianamente de acuerdo en que estas mismas políticas han contribuido al crecimiento económico. Sin embargo, el porcentaje de acuerdo total de 18.36% es menor en comparación con las regulaciones gubernamentales, indicando quizás una percepción de menor efectividad o impacto directo.

Las inversiones gubernamentales en tecnología y conectividad tienen un alto nivel de acuerdo con un 57.5% entre los encuestados, destacando la importancia de estas inversiones para el crecimiento económico. La percep-

ción positiva sugiere que los esfuerzos en mejorar la infraestructura tecnológica son vistos como una contribución significativa.

Frente a la innovación empresarial se obtiene que el 57.8% de los encuestados considera que los programas gubernamentales para impulsar la competitividad empresarial a través de la innovación han sido efectivos. Aunque hay un consenso considerable sobre su importancia, los niveles de acuerdo son ligeramente menores en comparación con las inversiones en tecnología, lo que puede reflejar la necesidad de una mayor implementación o efectividad en estos programas.

Gráfica 4.10. *Participación del gobierno e impulso a la innovación (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

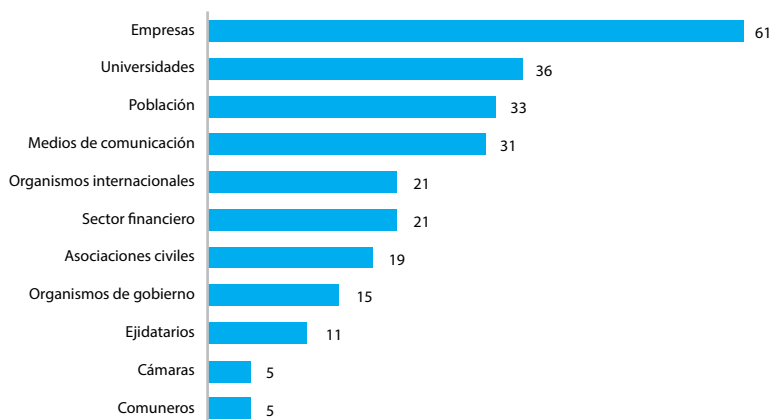
En general, los encuestados perciben que las intervenciones gubernamentales son cruciales para el crecimiento económico de Puerto Vallarta. Las regulaciones gubernamentales y las inversiones en tecnología son vistas como particularmente impactantes. No obstante, hay margen para mejorar la percepción sobre las políticas de desarrollo sectorial y los programas de innovación empresarial.

Dimensión 9. Comunidades dominantes organizadas

La gráfica 4.11 presenta los resultados de la opinión de los encuestados con respecto a que tipos de organismos o comunidades dominantes conocen que han contribuido al crecimiento de las actividades económicas en las que se ha especializado Puerto Vallarta. Para esta dimensión se agruparon dos preguntas en las cuales se tenía la oportunidad de marcar más de una opción.

Con los datos obtenidos se puede observar en la gráfica 4.11 que el organismo o comunidad que más predomina en el crecimiento de las actividades económicas son las empresas con un 61%, el siguiente organismo que también tiene influencia en el crecimiento de las actividades económicas son las universidades con un 36%, por debajo de este se encuentra con un 33% la población, seguido del 31% que fueron los medios de comunicación, siendo estas de las respuestas más altas sobre los organismos o comunidades que más conocen que influyen en el crecimiento de las actividades económicas en Puerto Vallarta.

Gráfica 4.11. Comunidades dominantes organizadas (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

La segunda pregunta se enfoca en cuál ha sido la naturaleza de la contribución de las comunidades organizadas al crecimiento de las actividades económicas en las que se ha especializado Puerto Vallarta. Las respuestas

que más destacaron son la difusión y comunicación de características de lugar, con un 35%, seguida de la negociación y fortalecimiento entre grupos específicos con un 34% y por último el impulso del desarrollo del empresario con un 34%. En este sentido, se observa que en Puerto Vallarta se tiene el conocimiento sobre quiénes son los que contribuyen al crecimiento de las actividades económicas.

Gráfica 4.12. *Comunidades dominantes organizadas (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

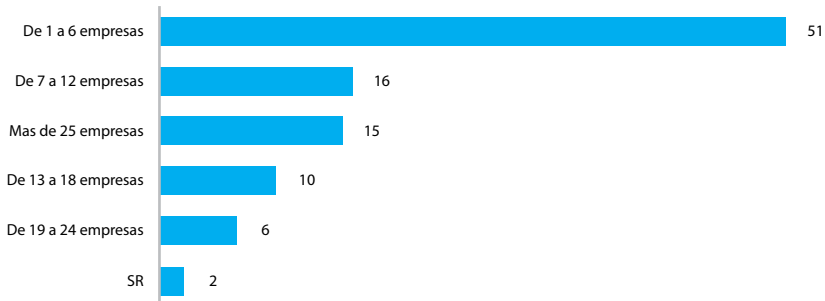
Apartado b) Cadena productiva

Dimensión 1. Conjunto de actores

La gráfica 4.13 muestra los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los negocios de Puerto Vallarta sobre el número de empresas que participan en la cadena productiva de su empresa.

En la gráfica se puede observar que en el primer lugar se encuentra el rango que abarca de 1 a 6 empresas que participan en el proceso productivo de su empresa con un 51%, el siguiente es el rango que abarca de 7 a 12 empresas que participan en el proceso productivo de su empresa con un 16% y el tercer rango va de 25 a más empresas que participan en el proceso productivo de sus empresas, el cual representa un 15 por ciento.

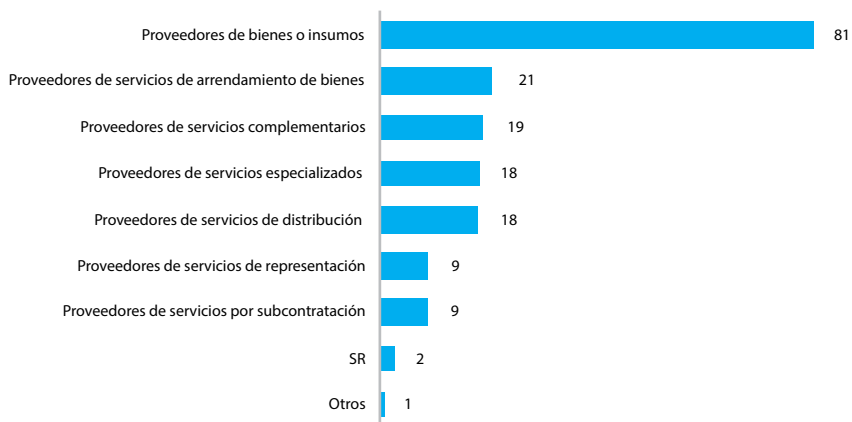
Gráfica 4.13. Numero de empresas que participan en los procesos productivos (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Aunado a lo anterior, en la gráfica 4.14 se muestran los resultados de los encuestados sobre los tipos de empresas que participan en la cadena productiva en Puerto Vallarta. Se puede identificar que el tipo de empresas que más participan en la cadena productiva son los proveedores de bienes o insumos, con una amplia diferencia del 81%, dejando muy por debajo a los proveedores de servicio de arrendamiento de bienes con un 21% y siguiendo con muy poca diferencia a los proveedores de servicios complementarios con un 19% del total.

Gráfica 4.14. Tipo de empresas que participan en las cadenas productivas (porcentaje)



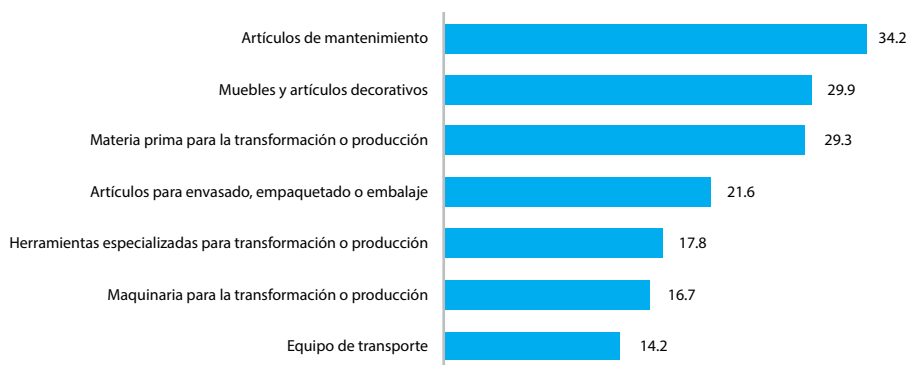
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 2. Proveedores de bienes

En la gráfica 4.15 se representa la opinión de los encuestados respecto al tipo de empresas de bienes necesitan o requieren para el adecuado funcionamiento de sus establecimientos en Puerto Vallarta, en el cual participan micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

El 29.3% de las empresas encuestadas dijeron que tenían proveedores de materia prima para la transformación o producción, de las cuales el 20% solo tienen un proveedor y un 10% tienen dos o más. Para el caso de proveedores de maquinaria para producción o transformación, solo el 16.7% dijo tener este tipo de proveedor, asimismo, el 6% solo tiene un proveedor y el 2% dijo tener más de dos. El 17.8% de las empresas tienen proveedores de herramientas especializadas para la transformación o producción, arrojando que el 18% solo tienen un proveedor, asimismo el 4% tiene dos o más proveedores. El proveedor que más destacó fueron las empresas que proveen artículos de mantenimiento, ya que un 34.2% de empresas dijeron sí tenerlos, para este caso el 12% contestó que tenía dos o más empresas. En este mismo rubro, el 21.6% de las empresas tienen proveedores de artículos para envasado, empaquetado o embalaje, y solo el 14.2% tiene proveedores de equipo de transporte, y por último, de manera destacada, el 29.9% mencionó hacer uso de proveedores de muebles y artículos decorativos, además, de estos, el 23% dice tener solo un proveedor y 22% dicen que ocupan dos o más.

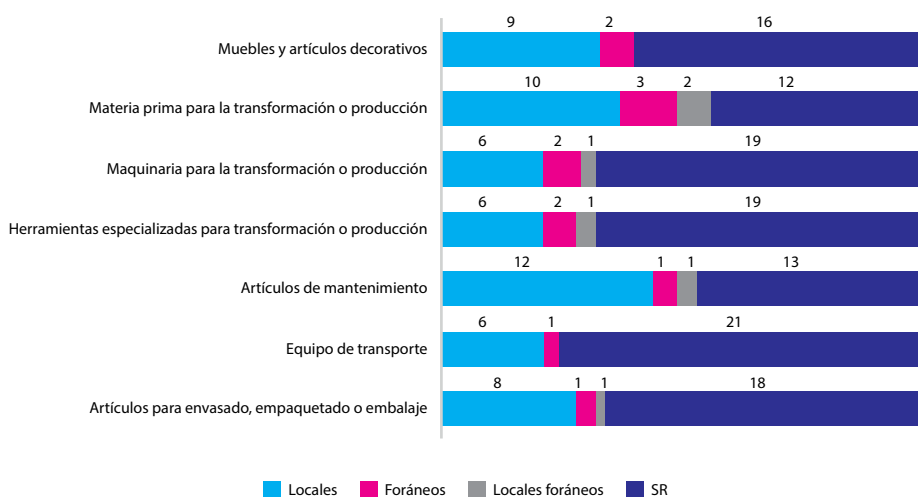
Gráfica 4.15. *proveedores de bienes (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Asimismo, por cada tipo de empresa de consumo de bienes se tiene que de las empresas que proporcionan la materia prima, el 37% de empresas son locales y un 12% foráneas. En cuanto empresas dedicadas a la maquinaria de transformación, se estableció 21% en empresas locales y un 8% foráneas. Respecto a las empresas que proveen herramientas especializadas se obtuvo 21% en empresas locales y un 7% foráneas. En relación con las empresas enfocadas en artículos de mantenimiento, 44% en empresas locales y un 5% foráneas. De las empresas que se dedican a proveer artículos envasados o empaquetados, se obtuvo como respuesta que el 28% son empresas locales y un 42% foráneas. Acerca del tipo de empresa de transporte que se requiere en los diferentes tipos de establecimientos encuestados, se tiene que un 21% con empresas de transporte son locales y un 4% foráneas. Finalmente, se respondió que de las empresas proveedoras de muebles y artículos decorativos el 33% son empresas locales y que el 7% foráneas, mientras que el 6% decidió no contestar en este apartado. En conclusión, la mayoría de los encuestados decide por empresas locales o en no adjuntar alguna respuesta.

Gráfica 4.16. *proveedores de bienes (porcentaje)*



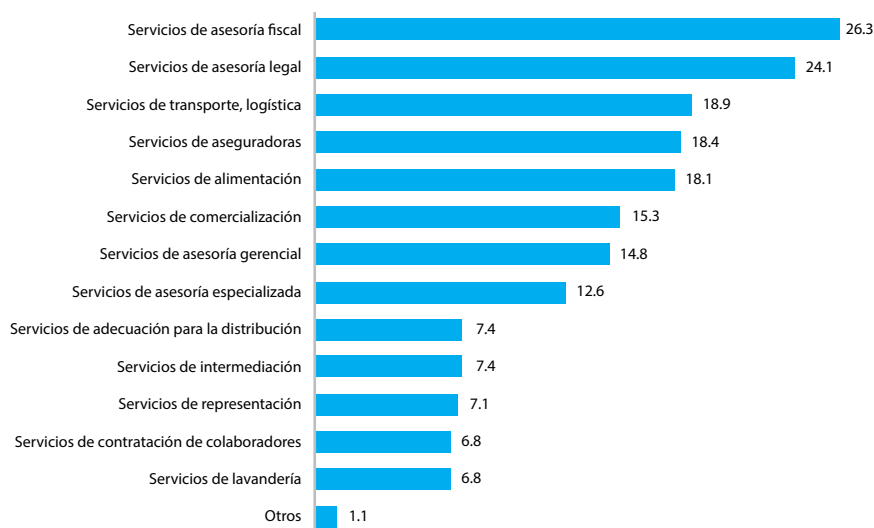
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 3. Proveedores de servicios

La gráfica 4.17 nos muestra los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a negocios de Puerto Vallarta sobre las empresas/personas locales que proveen de suministros de servicios a su empresa.

El servicio que más se demanda por parte de los negocios de Puerto Vallarta para poder llevar a cabo sus actividades son los servicios de asesoría fiscal, llegando a un 26.3%, el más alto en estos porcentajes, seguido de los servicios de asesoría legal con un 24.1%, por debajo de ellos se encuentran los servicios de transporte y logística con un 18.9%, mientras que los menos solicitados son los servicios de lavandería y los servicios de contratación de colaboradores con 6.8% cada uno.

Gráfica 4.17. Proveedores de servicios (porcentaje)



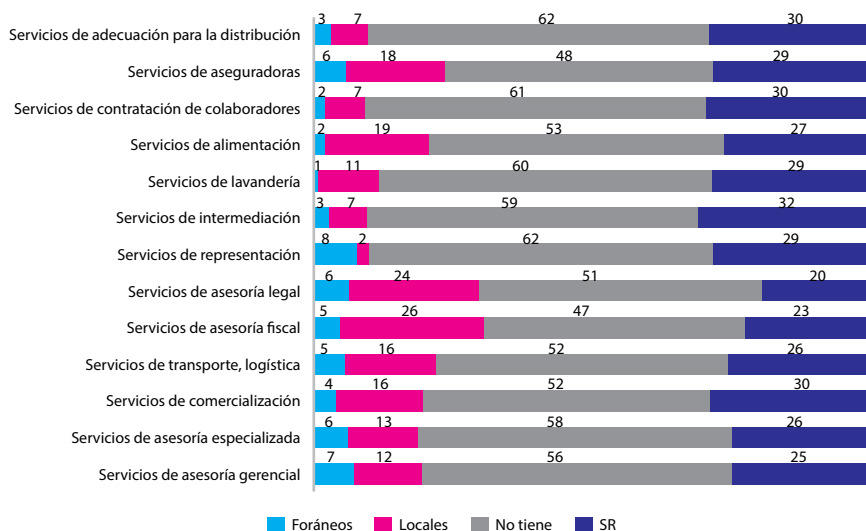
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Para gráfica 4.18 se recabó información acerca de los proveedores de suministros de servicios. En cuanto a los servicios de asesoría gerencial se registró que 7% de ellas son foráneas, el 12% locales, el 56% no tiene y el 25% no contestó. En cuanto a la asesoría especializada se obtuvo que tan solo el 6% son foráneas y en caso contrario las locales

equivalen al 13%, el 58% no cuenta con ese servicio y el 26% no registró alguna participación.

En lo que respecta a los servicios de comercialización, se notó que estos servicios foráneos tienen una baja participación con un 4%, un 16% locales y 52% no cuentan con ello y el 30% no capturaron respuesta. De este modo, en servicios de transporte y logística, 5% del total son foráneos, 16% locales, 52% no implementan este servicio y el 26% se registró en blanco. En lo que respecta a los servicios de asesoría fiscal se encontró que son los que tienen más participación, siendo estos un 26% locales y 5% foráneos, también se registró que el 47% no cuenta con asesoría fiscal y en un 23% no se contaron participantes, otro de los servicios con más participación es de asesoría legal, con el 24% locales y el 6% foráneos.

Gráfica 4.18. Proveedores de servicio (porcentaje)



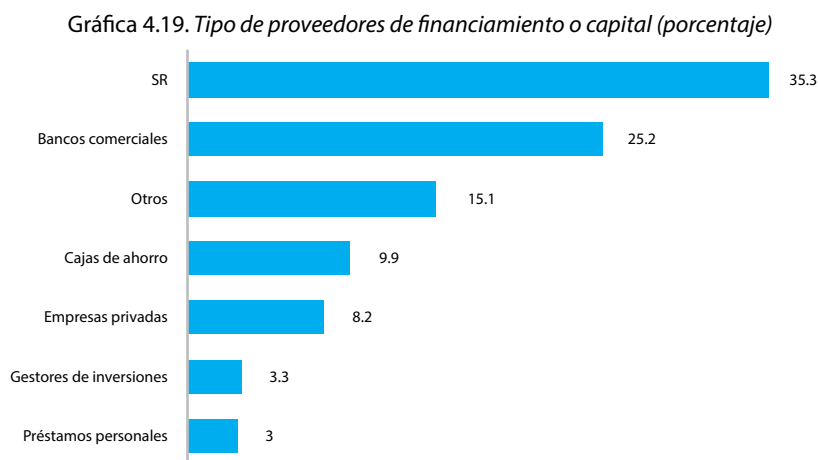
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

En cuanto a menos participación de servicios, tenemos a los servicios de adecuación para la distribución con tan solo 10% de utilización, 3% foráneos y 7% locales, con una gran cifra del 62% no cuenta con ello y el 30% no contestó. Algo muy similar pasa con los servicios de representación, tan solo el 2% utiliza servicios locales y 8% foráneos, es muy similar

la poca participación a los servicios de adecuación para la distribución, con el mismo 60% que no cuenta con este servicio y el 29% registró una participación nula. Cabe señalar que estas son algunas de las empresas que más y menos participación tuvieron en la contratación de suministros de servicios.

Dimensión 4. Proveedores de capital o financiamiento

Otro actor importante son los proveedores de capital y financiamiento, por lo que la gráfica 4.19 muestra que el principal actor que han tenido los encuestados son los bancos comerciales; como se puede observar, son utilizados por el 25.21% de las empresas, asimismo, solo el 9.86% prefieren utilizar las cajas de ahorro como una forma de obtención de recursos. Cabe mencionar que el 35% de las empresas no utilizan o implementan algún proveedor o no son de utilidad para su financiamiento. Además, es de resaltar que el 8.22% de las empresas privadas optan por la obtención de financiamientos propios o gestores de inversiones y el 3% son pertenecientes a préstamos personales, por lo tanto el otro 3% pertenece a los gestores de inversiones.



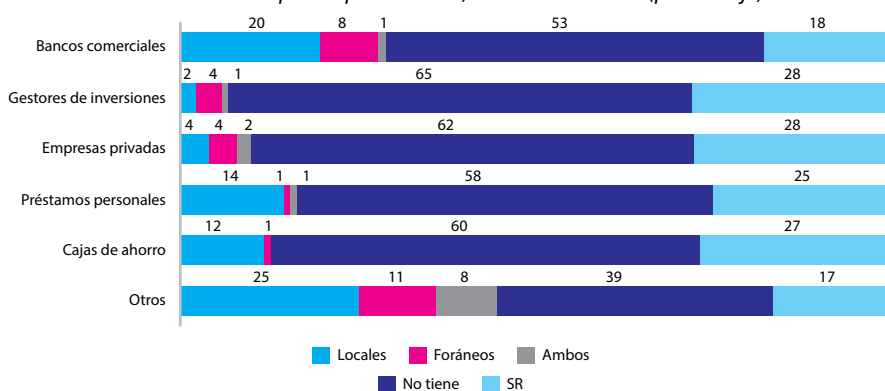
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

En este mismo indicador también se cuestionó sobre si estos proveedores fueron locales o foráneos. De acuerdo con la gráfica 4.20, en el caso de los bancos comerciales el 18% son locales, el 9% foráneos y solo el 2% utiliza ambos, y 71% de las empresas no cuentan con bancos comerciales. Dicho lo anterior, las cajas de ahorro locales son utilizadas por un 12% de las empresas, de las cuales solo el 1% son foráneas, 10% locales y 1% tanto foráneas como locales, descartando un 88% que no implementa la herramienta de cajas de ahorro para ayuda de su financiamiento.

Cabe resaltar que solo el 2% de las empresas implementan los préstamos personales, y 97% evita utilizarlos. Aunado a lo anterior, el 90% de las empresas privadas preferentemente opta por no contar con un proveedor que financie o aporte cierto capital; por el contrario, existen empresas privadas que representan una utilización del 4% de proveedores locales y un 4% de proveedores foráneos, de las cuales solo el 2% se compone tanto de foráneas como locales.

Por lo contrario, las empresas implementan un mínimo de porcentaje utilizado en los gestores de inversión, contando con un 94% que no tiene, por lo cual solo el 2% pertenece a proveedores locales y el 3% a proveedores foráneos, y utilizan el 1% en proveedores locales y foráneos. En suma, de otros proveedores el 35% utiliza tanto locales como foráneos y el 65% no emplea ningún otro tipo de proveedor de los ya mencionados.

Gráfica 4.20. *Tipos de proveedores, locales o foráneos (porcentaje)*



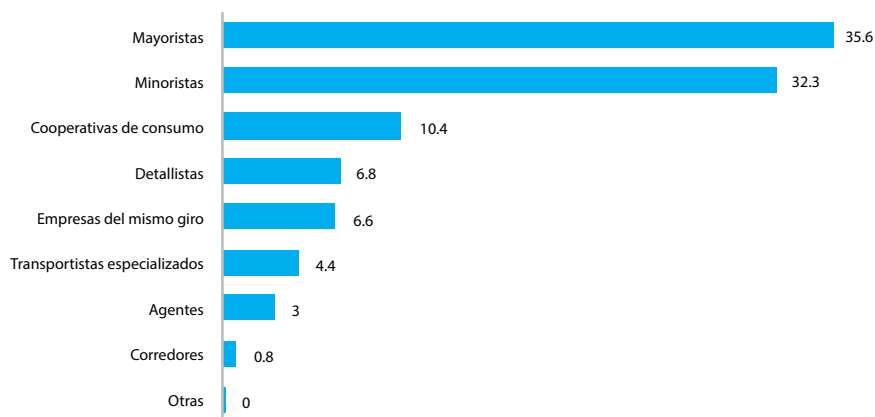
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

En concordancia con lo anterior, se concluye que las empresas dan una mayor utilidad de proveedores de financiamiento y capital a los bancos comerciales, cajas de ahorro, además de buscar o adquirirlos de otra forma que les sea más factible y seguro de conseguir. Aunque existe un mayor margen de utilidad en los proveedores locales que en los foráneos, concluyendo así que la mayoría de las empresas prefieren mantener en privado la información de su financiamiento y capital.

Dimensión 5. Participantes en la cadena o sistema de distribución

La gráfica 4.21 muestra que se considera que los participantes en la cadena o sistema de producción son un factor muy importante para proveer la satisfacción de las necesidades del cliente, implementando así una mayor utilización del sistema por mayoristas con un 35.62%, mientras que los minoristas obtienen un 32.33% de utilización; cabe mencionar que las empresas cooperativas tienen 10.41% de participación, se obtuvo un 6.58% en empresas con mismo giro, un 6.68% en participantes detallistas en la cadena de distribución y solo el 0.82% corresponde a los corredores.

Gráfica 4.21. Participantes en la cadena o sistemas de distribución (porcentaje)

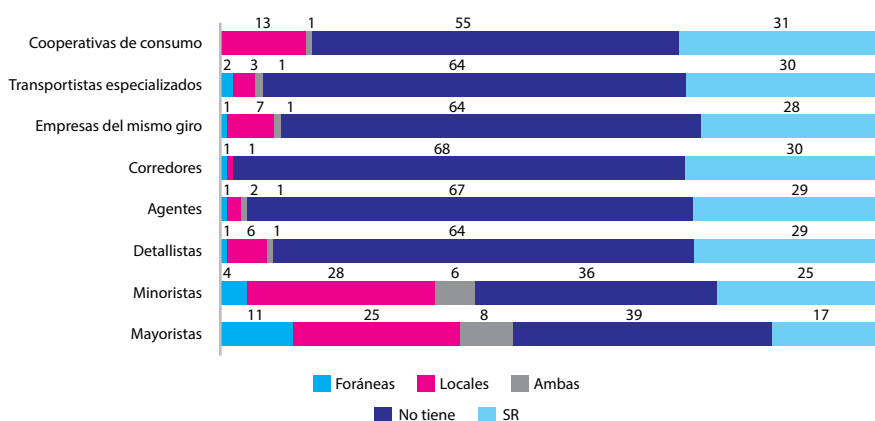


Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

De acuerdo con lo anterior, se obtuvo una mayor participación en empresas mayoristas locales con un 25% y el 11% pertenecientes a participantes foráneos. Cabe mencionar que el 56% no tiene participación alguna y solo el 8% maneja tanto local como foránea. Por su parte, las empresas que tienen participación en distribución minorista efectúan el 28% con participantes locales, el 4% con participantes foráneos y el 6% lo lleva a cabo de forma mixta, o sea tanto foráneas como locales, y 61% no se cuenta o no se tiene algún participante de distribución.

En cuanto a los participantes detallistas, son los que tienen menor utilización, de un 1% foráneos, 6% locales y 1% que son tanto locales como foráneos, y un 93% no cuenta con participación alguna en cuanto a detallistas. Del mismo modo, los agentes tienen una muy baja participación o no son utilizados con frecuencia, puesto que el 1% pertenecen a foráneas, el 2% a locales y solo el 1% es utilizado para locales y foráneas, por lo cual el 96% de las empresas no tienen este sistema. Igualmente, los corredores mantienen una baja utilización, ya que el 98% no implementa este sistema de distribución por medio de corredores y solo el 1% son locales y el otro 1% son foráneos.

Gráfica 4.22. *Tipos de participantes en la cadena de distribución, foráneas o locales (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Se desprende que las empresas del mismo giro efectúan la utilización en un 1% locales y un 7% foráneas, por lo cual el 1% son mixtas, tanto lo-

cales como foráneas, y el 92% de las empresas no tienen o no utilizan este sistema o evitan tomar en cuenta la participación de empresas del mismo giro. No obstante, respecto a la participación de transportistas especializados, son utilizados solamente el 6% por las empresas, ya que el 2% pertenece a participantes foráneos, el 3% a participantes locales y el 1% la utilización de ambos, tanto locales como foráneos, mientras que el 94% representa el total de las empresas que no implementan o tienen este tipo de sistema. Además, en las cooperativas de consumo el 86% representa el valor de las empresas que no utilizan o no tienen ese tipo de sistema, cabe resaltar que solo el 14% utiliza este sistema, en el cual solo el 13% son para empresas locales y el 1% representa la utilización de ambas empresas, tanto locales como foráneas.

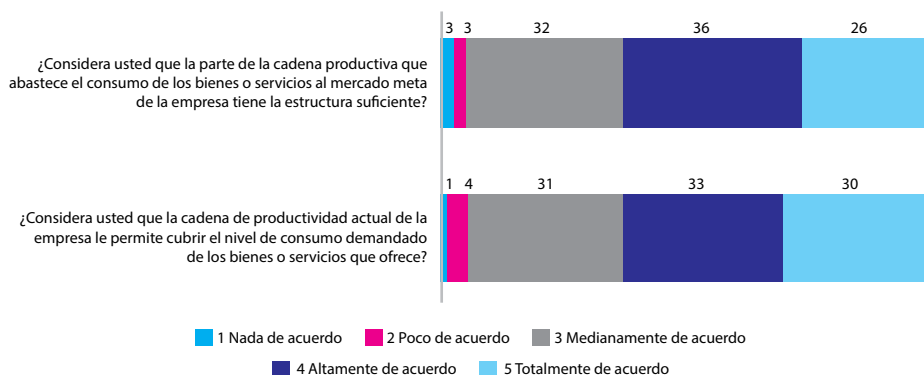
En efecto, las empresas mayoristas y minoristas son de mayor utilización en la participación en la cadena de distribución, en cuanto a empresas locales que foráneas.

Dimensión 6. Sistema de consumo

La gráfica 4.23 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a si consideran que la cadena productiva actual es apta para cubrir su sistema de consumo y por ende el desarrollo de sus actividades operativas. Para esta dimensión se agruparon dos preguntas.

Respecto a si se considera que la cadena de productividad actual de la empresa le permite cubrir el nivel de consumo demandado de los bienes o servicios que ofrece, se observa que un 33% está altamente de acuerdo, seguido por un 31% que está medianamente de acuerdo y un 30% totalmente de acuerdo. En el mismo orden, respecto a si la cadena productiva que abastece el consumo de los bienes o servicios al mercado meta de la empresa tiene la estructura suficiente, se observa que el 36% está altamente de acuerdo, seguida de un 32% que mencionó estar medianamente de acuerdo. Con los anteriores hechos se demuestra que el 61% de la población de Puerto Vallarta considera que la cadena productiva actual si abastece correctamente todas las necesidades y demandas del mercado meta.

Gráfica 4.23. Cadena productiva y sistema de consumo (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

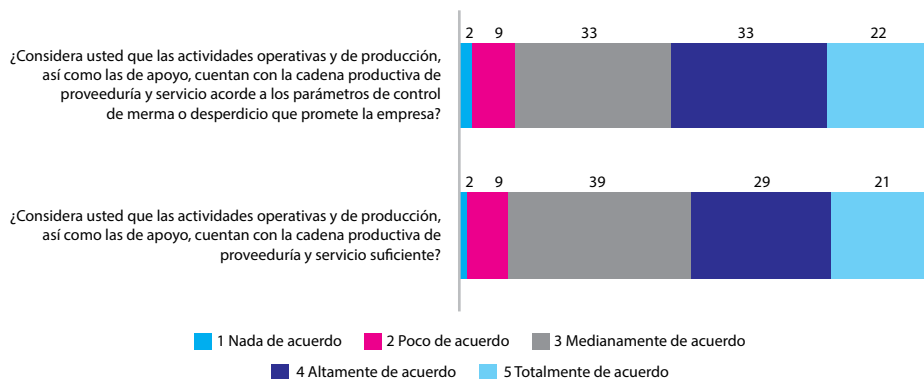
Dimensión 7. Actividades principales, actividades de apoyo y margen

La gráfica 4.24 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a si consideran que la cadena productiva actual cuenta con las actividades principales, actividades de apoyo y margen. Para esta dimensión se agruparon dos preguntas.

De acuerdo con la opinión de los encuestados, se identificó que respecto a si se cree que la cadena productiva de proveeduría y servicio es suficiente, el 39% dijo estar medianamente de acuerdo, seguido de un 29% que está altamente de acuerdo, y un 22% que dijeron estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se demuestra que la población de Puerto Vallarta considera que no cuenta con la proveeduría y servicio suficiente en la zona.

Por último, la siguiente pregunta sobre el control de la merma o desperdicio que promete la empresa, lo que obtuvo las siguientes respuestas: un mismo 33% dijo estar altamente y medianamente de acuerdo, seguido por un 22% que dijo estar totalmente de acuerdo. El hecho es que un 55% de la población de Puerto Vallarta considera que se tiene un buen control sobre la merma y desperdicio de las empresas.

Gráfica 4.24. Sistema de consumo en conjunto con las actividades de apoyo y margen (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

De forma integrada, la gráfica permite observar que hay una percepción medianamente positiva de los elementos cuestionados para evaluar la cadena productiva, que son los de producción, actividad productiva y proveeduría, sin embargo, los mayores datos positivos percibidos fueron los parámetros de control de merma y desperdicios en las empresas, indicando que se necesita un mejoramiento y mayor atención.

Dimensión 8. Ventajas competitivas

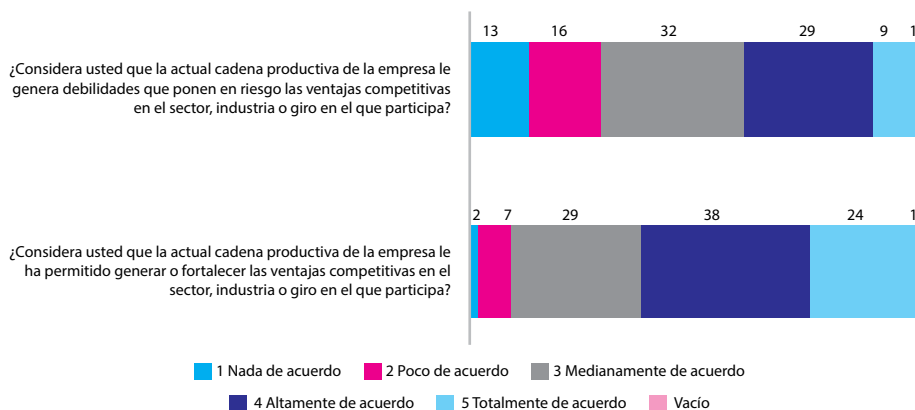
La gráfica 4.25 presenta los resultados de la opinión de los encuestados respecto a la actual ventaja competitiva de las cadenas productivas de las empresas en Puerto Vallarta, acerca de si consideran que la región cuenta o integra elementos que la hagan apta para tener ciertas ventajas. Para esta dimensión se agruparon tres preguntas.

Respecto a si la cadena productiva actual de las empresas les genera debilidades que puedan poner en riesgo el sector o giro en el que participan, se observa que prácticamente un tercio de la población, con 32%, está medianamente de acuerdo, seguido de un 29% que está altamente de acuerdo.

En seguida, respecto a si la actual cadena productiva de las empresas les genera o fortalecen sus ventajas competitivas, se observa que el 38% está

altamente de acuerdo, seguida del 29%, que dice estar medianamente de acuerdo, y el 24% dijo estar totalmente de acuerdo. Lo que significa que más del 60% de la población está de acuerdo con este fortalecimiento.

Gráfica 4.25. Ventaja competitiva (porcentaje)



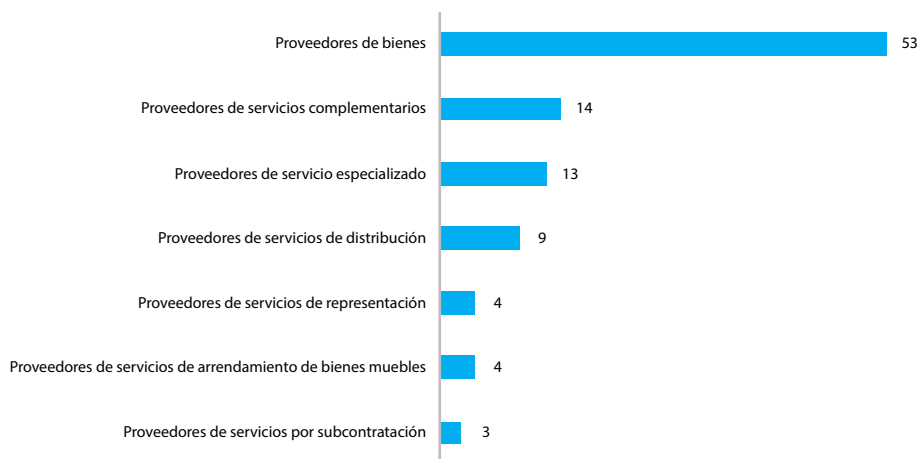
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Por último, en esta dimensión otro cuestionamiento fue sobre si los actores o sistemas de la cadena productiva deben mejorar e incrementar el número de opciones o alternativas, y que, por ende, les genere una mayor ventaja competitiva, por lo que la gráfica muestra el porcentaje de las empresas y sus actuales sistemas de cadena productiva a mejorar, dando un resultado del 55% de las empresas que consideran el sector de proveedores de bienes, asimismo, con el 13% de proveedores de servicios complementarios, siguiendo con 12% de proveedores de servicios por subcontratación, lo que muestra que más de la mitad consideran que debe mejorar el sistema de proveedores de bienes.

Como se puede observar en las preguntas anteriores, el 57% de las empresas deben mejorar en el sector de proveedores de bienes, lo cual significa que tienen que incrementar los sistemas de cadena productiva para obtener una mayor ventaja ante sus competidores, asimismo la población considera que la cadena productiva tiene más ventajas que debilidades en el mercado, por lo que más del 60% de la población y las empresas están altamente de acuerdo con este fortalecimiento. En esta investigación se de-

muestra que el actor o actores principales son las ventajas y el fortalecimiento competitivo.

Gráfica 4.26. Actores o sistemas de la cadena productiva de la empresa que debe mejorar o incrementar en el número de opciones o alternativas (porcentajes)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Dimensión 9. Satisfacer las necesidades de los clientes

La gráfica 4.27 hace referencia al nivel de satisfacción de necesidades de los clientes a razón de la actual cadena productiva de las empresas participantes en el sondeo, para el análisis de esta dimensión se desarrollaron tres preguntas.

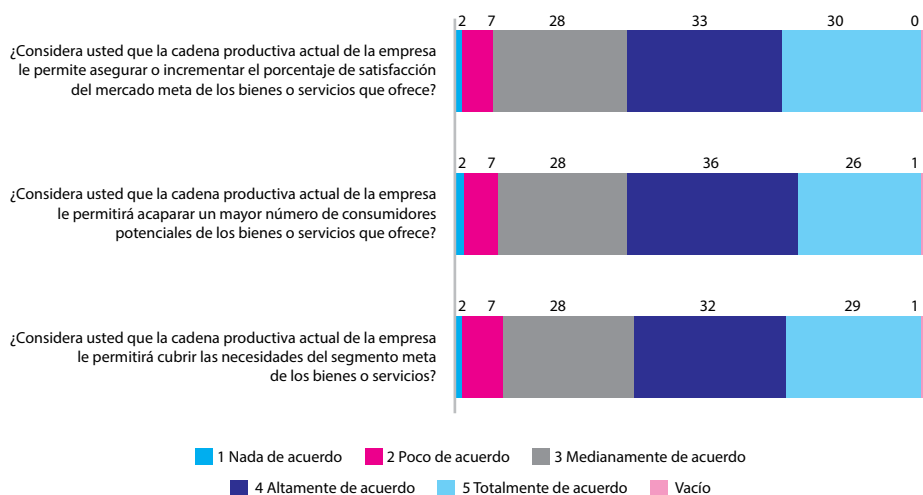
Respecto a si las empresas en Puerto Vallarta consideran que la actual cadena productiva les permite cubrir el seguimiento de metas de bienes o servicios, se observa que 32% está altamente de acuerdo, seguido de un 29% que está totalmente de acuerdo, lo anterior muestra el hecho de que casi la mitad de las empresas sí consideran que la cadena productiva las apoya a cubrir las metas de bienes y servicios y por ende satisfacer las necesidades de los clientes.

Con el mismo seguimiento sobre si la cadena productiva actual de las empresas les permite acaparar un mayor número de consumidores de bienes

o servicios que ofrece, se muestra que un 36% está altamente de acuerdo, seguido de un 28% que están medianamente de acuerdo, con lo que se muestra que el 50% de las empresas están alta o totalmente de acuerdo en que acaparan un mayor número de consumidores potenciales.

Por último, en el mismo orden de ideas, se cuestionó si la cadena productiva actual de las empresas les permiten asegurar o incrementar el porcentaje del mercado meta de bienes o servicios que ofrece, y un 33% opinó que altamente de acuerdo, seguido de un 30% totalmente de acuerdo, por lo que se observa que la cadena productiva actual sí incrementa y asegura los porcentajes de satisfacción del mercado meta de las empresas en Puerto Vallarta.

Gráfica 4.27. Satisfacción de necesidades de los clientes (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

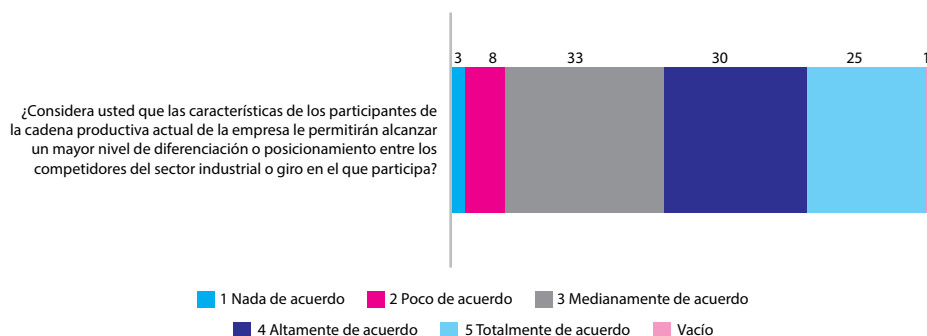
En conjunto, se puede observar que la cadena productiva actual de las empresas en Vallarta les permite llegar a su mercado meta con sus productos o servicios que ofrecen, incrementado o asegurando la satisfacción de su mercado, donde también muestra una alta satisfacción las empresas al cubrir sus necesidades.

Dimensión 10. Diferenciación de la competencia

En esta última dimensión se cuestionó con una sola pregunta sobre las características de los participantes de la cadena productiva actual de las empresas de Puerto Vallarta, y en qué medida les permite alcanzar un mayor nivel de diferenciación entre los competidores del mismo sector industrial o giro que participan.

El sondeo permite observar que las empresas perciben las características de los participantes de la cadena de productividad que les permiten alcanzar un nivel de posicionamiento entre todos sus competidores del mismo mercado en el que participan, ya que un 33% está medianamente de acuerdo, seguido de un 30% que está altamente de acuerdo y finalmente un 25% que está totalmente de acuerdo.

Gráfica 4.28. *Diferenciación de la competencia (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

En conclusión, los datos obtenidos de la gráfica 4.28 muestran que las empresas de Puerto Vallarta perciben de manera positiva que la cadena productiva actual les permite alcanzar un buen nivel de posicionamiento, comparación con sus competidores del mismo sector, que les permite otorgar la satisfacción y estabilidad que necesitan.

Finalmente, como conclusión de este capítulo, es preciso analizar los resultados a la luz de la teoría y el marco referencial, con la finalidad de destacar los hechos del presente estudio y los principales hallazgos.

Aptitudes disponibles en la región

De forma integrada, se puede observar que de los elementos cuestionados para evaluar la aptitud que posee la región para impulsar la vocación productiva destacan la buena percepción de la cobertura, conectividad, accesibilidad, movilidad, disponibilidad de mano de obra y las habilidades de la mano de obra, sin embargo, el único indicador que mostró datos negativos de percepción fue la seguridad pública en los tres niveles.

Según Cayeros *et al.* (2016), que citan a Padilla (2014), uno de los actores principales que participan en las cadenas de valor se encuentran en diversos niveles institucionales, conformando por “el grupo de eslabones”, dentro de los cuales los agentes principales participan directamente en la provisión de insumos, producción, transportes y producción, siendo de suma importancia las redes de infraestructura tanto de movilidad como de conectividad y movilidad. Por su parte, los encuestados se muestran en su mayoría medianamente de acuerdo con que esta infraestructura se encuentre en condiciones óptimas para el desarrollo de sus actividades productivas.

En este mismo apartado, razonando las respuestas de los encuestados, sobre el desarrollo de características del lugar, la opción que tuvo más aceptación de los encuestados fue donde se aborda la importancia de las zonas geográficas para el desarrollo de la vocación productiva, esto muestra que desempeña un papel fundamental en la configuración y funcionamiento adecuado de Puerto Vallarta. La segunda opción con más aceptación de los encuestados aborda la importancia de la existencia de lugares, ubicaciones o zonas emblemáticas, que desempeñan un papel de valor tanto cultural como educativo para la población, genera un derrame económico, una cohesión social en la comunidad y lugares con alto valor ecológico. La tercera opción con más aceptación de los encuestados mostró la importancia de la biodiversidad, la cual tienen un papel importante para la variedad de vida esencial para poder sostener la producción actual en Puerto Vallarta, y que es parte de las bondades de lugar. La cuarta opción con más aceptación de los encuestados es la importancia de características culturales específicas de Puerto Vallarta, que tienen principalmente un valor intrínseco, con contribuyen valores como tradiciones, habilidades y conocimiento necesario para Puerto Vallarta.

Por su parte, Aramayo (2008) identifica como uno de los factores clave para el desarrollo de actividades productivas las características del lugar, lo que identifica la biodiversidad y la geografía como elementos vitales para el desarrollo económico. Los encuestados también reconocen la importancia de estos factores para la vocación productiva de la región, pues más de la mitad de ellos reconocen que la zona geográfica es la que ha ayudado a sus emprendimientos a posicionarse dentro de la región.

Finalmente, respecto a la unión de características, la percepción de los encuestados revela que el 84.7% considera que la interrelación entre empresas e instituciones permite el crecimiento de giros o actividades económicas y el 62.7% cree que la existencia de lugares, ubicaciones o zonas emblemáticas son atractivas y han contribuido al desarrollo de actividades económicas, lo cual indica la existente visión positiva de los encuestados sobre el papel de los lugares emblemáticos y la colaboración entre empresas e instituciones para impulsar el desarrollo económico en Puerto Vallarta, por lo que se logró percatar un posible fortalecimiento y desarrollo de lugares emblemáticos enfocados principalmente en la inversión, promoción y desarrollo para una sinergia positiva entre el turismo y las actividades económicas y más detalladamente una mejora de infraestructura, creación de eventos, actividades culturales y en general la creación de una cultura local de apoyo, además de una mayor colaboración entre las empresas y las instituciones para promover, colaborar y fomentar un buen crecimiento económico.

En general, los encuestados tienen una percepción positiva sobre la colaboración entre empresas e instituciones, con un 84.7% que cree que es vital para el crecimiento económico, y un 62.7% que considera importantes los lugares emblemáticos para el desarrollo económico. Esto indica un fuerte potencial para mejorar la infraestructura, crear eventos y actividades culturales, y fomentar una mayor colaboración entre empresas e instituciones, lo que apunta hacia un crecimiento económico sólido y sostenible en Puerto Vallarta.

La teoría subraya la necesidad de colaboración entre empresas e instituciones para el crecimiento económico, puesto que Carrillo-Rodríguez *et al.* (2019) consideran que la aglomeración económica es relevante dentro de las economías, ya que permite mejorar el nivel de productividad en ac-

tividades similares dentro de un mismo territorio, los resultados del trabajo de campo muestran que una mayoría significativa de encuestados está de acuerdo en que esta colaboración es fundamental para el desarrollo de actividades económicas, pues, como se mencionó anteriormente, la percepción de los encuestados revela que el 84.7% considera que la interrelación entre empresas e instituciones permite el crecimiento de sus actividades productivas.

Un estudio de vocación económica local en Aguascalientes argumenta que para una buena calidad laboral es necesario que exista la educación especializada, sin embargo, en la localidad de Puerto Vallarta, se muestra una percepción mixta respecto a la capacitación o mano de obra capacitada. Un porcentaje considerable de encuestados considera que no hay suficiente mano de obra capacitada, lo que podría reflejar la necesidad de mejorar la formación y educación en ciertas áreas, pues menos de una tercera parte de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con la afirmación de la existencia de mano de obra capacitada. Por otro lado, Espinoza (2021) menciona que al aumentar la inversión extranjera directa (IED) es necesario acudir a programas de mejora regulatoria, siendo importante brindar redes de impulso hacia jóvenes emprendedores, a las empresas micro, medianas y pequeñas, mediante el establecimiento de financiamiento, donde exista capacitación y acceso a las tecnologías.

En resumen, las respuestas de los encuestados destacan varios puntos clave para el desarrollo de Puerto Vallarta. La opción más apoyada resalta la importancia de las zonas geográficas en el desarrollo productivo de la región, subrayando su papel fundamental en la organización y funcionamiento de la zona. También se valora mucho la existencia de lugares emblemáticos por su valor cultural y educativo, su capacidad para impulsar la economía local, fomentar la cohesión social y su alto valor ecológico.

Además, se reconoce la importancia de la biodiversidad, que es fundamental para mantener la producción actual y forma parte de las ventajas naturales de Puerto Vallarta. Las características culturales propias de la región, como tradiciones, habilidades y conocimientos, también son vistas como elementos esenciales para su desarrollo.

El análisis de las opiniones de los encuestados sobre el crecimiento de sectores en Puerto Vallarta revela una fuerte dependencia de la región de la

industria turística. Los sectores de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas, y comercio al por menor son percibidos como los más dinámicos y en constante crecimiento, subrayando su importancia para la economía local. Estos sectores también destacan como los principales generadores de demanda de empleo y derrama económica, lo que refuerza la percepción de una economía centrada en el turismo y las actividades comerciales minoristas.

La teoría de la dependencia económica de la industria turística, como se describe en la obra de Krippendorff (1987), destaca que las regiones con una fuerte dependencia en el turismo pueden experimentar un crecimiento económico significativo, pero también enfrentan riesgos asociados con la volatilidad del sector turístico global. La teoría del multiplicador turístico explica cómo el gasto en turismo se distribuye a través de la economía local, generando una derrama económica significativa (Fletcher, 1989).

Sin embargo, sectores como los servicios de apoyo a los negocios, la manufactura y el manejo de desechos muestran un crecimiento más moderado, lo que indica áreas de oportunidad para la inversión y el desarrollo futuro. La diversificación y el fortalecimiento de estos sectores emergentes podrían contribuir a una economía más equilibrada y resiliente. La teoría de la ventaja competitiva de las naciones, propuesta por Porter (1990), sugiere que el fortalecimiento y la diversificación de estos sectores pueden mejorar la competitividad económica.

Los resultados de la encuesta muestran una percepción mayormente positiva sobre la capacidad de Puerto Vallarta para fomentar el desarrollo económico mediante el crecimiento empresarial y la generación de nuevos competidores. Las teorías de vocación productiva y turística (Palma Galván *et al.*, 2015) y el impacto del turismo en la economía local (Cohen, 1984) respaldan esta percepción favorable. Además, la capacidad de atraer competidores nacionales e internacionales está alineada con la teoría de la ventaja competitiva de Porter (1990), sugiriendo que la competencia local puede impulsar la eficiencia y el crecimiento económico.

Sin embargo, algunos porcentajes minoritarios indican desacuerdo, reflejando desafíos como las resistencias de ciertos grupos beneficiados por el turismo masivo (Palma Galván *et al.*, 2015). Esto subraya la necesidad de estrategias inclusivas y sostenibles, equilibrando el desarrollo con la preser-

vación del patrimonio cultural y el medio ambiente, conforme a las teorías de desarrollo sostenible de Brundtland (1987). Implementar políticas que promuevan la innovación y diversificación económica, además de gestionar el turismo de manera equilibrada (Cohen, 1984), puede mejorar la percepción general y contribuir al desarrollo sostenible de la región.

De forma integrada, se puede observar que en Puerto Vallarta la expansión del mercado de bienes y servicios está siendo bien recibida, respaldada por la creciente demanda turística y poblacional. Hay una percepción favorable hacia la capacidad de la región para adaptar su oferta económica a las necesidades emergentes, sugiriendo que las empresas actuales tienen un buen prestigio y una adecuada capacidad de respuesta ante el mercado. Este clima positivo es crucial para el crecimiento de nuevas iniciativas empresariales y la consolidación de la vocación productiva de la región.

A pesar de esta percepción positiva, es evidente que aún persisten áreas que podrían beneficiarse de mejoras para alcanzar un desarrollo económico óptimo. El marco teórico de vocación productiva y emprendimiento social resalta la importancia de identificar y fortalecer los sectores clave para asegurar un crecimiento sostenible. Los resultados reflejan una disposición general favorable, pero para capitalizar completamente sobre la demanda existente es esencial abordar las áreas que requieren optimización, permitiendo así que la región maximice su potencial productivo y continúe atrayendo inversiones y emprendimientos innovadores.

En el marco de la investigación sobre el impacto de la inversión en el desarrollo económico de Puerto Vallarta, los resultados indican que la alta inversión en sectores específicos es percibida como un motor crucial para el crecimiento económico local. Michael Porter, con su teoría del diamante de la competitividad, sostiene que el enfoque en sectores específicos puede fortalecer las ventajas competitivas locales y promover un desarrollo económico sostenible. En este contexto, la inversión en estos sectores no solo impulsa el crecimiento económico directo, sino que también genera efectos multiplicadores en la economía local.

La teoría de la inversión extranjera directa (IED) sugiere que la inversión externa puede traer beneficios significativos a las economías locales, como la transferencia de tecnología, la creación de empleo y el aumento de la competitividad. Dunning, con su paradigma ecléctico, destaca que los be-

neficios de la IED dependen de las condiciones locales y del marco institucional.

La percepción predominante de que la inversión en sectores específicos ha generado diferencias significativas en el crecimiento económico resuena con las teorías de desarrollo económico local y competitividad sectorial. Sin embargo, la percepción más distribuida sobre la inversión externa sugiere la necesidad de un enfoque equilibrado y una evaluación cuidadosa de los impactos a largo plazo. Richard Florida, en su teoría de la clase creativa, también podría proporcionar una perspectiva adicional, sugiriendo que la atracción de talento y la inversión en sectores innovadores pueden ser cruciales para el desarrollo económico sostenible.

El estudio muestra que los encuestados están de acuerdo en que las regulaciones gubernamentales son determinantes para el crecimiento de las actividades económicas en Puerto Vallarta. Esto sugiere que las políticas y regulaciones gubernamentales son vistas como un factor importante en el desarrollo económico de la región. Desde la perspectiva de la teoría económica, esto puede relacionarse con la idea de que un marco regulatorio sólido proporciona un entorno estable y predecible para los negocios, lo que fomenta la inversión y el crecimiento. Douglass North, en su teoría de las instituciones, destaca la importancia de las instituciones formales, como las regulaciones gubernamentales, en la reducción de incertidumbre y la facilitación de la cooperación y el intercambio económico.

Esto puede relacionarse con la teoría de las ventajas comparativas y las políticas industriales selectivas, que sugieren que el enfoque en sectores estratégicos puede promover un crecimiento más robusto. Sin embargo, la menor percepción de efectividad total podría señalar la necesidad de una implementación más focalizada y eficiente. Michael Porter, en su teoría del diamante de la competitividad, subraya que las políticas sectoriales efectivas deben estar alineadas con las ventajas competitivas nacionales y las condiciones de los factores locales para ser realmente impactantes.

La inversión en infraestructura tecnológica es crucial en la economía moderna, ya que facilita la innovación, mejora la eficiencia operativa y expande el acceso a mercados globales. La teoría de crecimiento endógeno, desarrollada por Paul Romer, sostiene que la inversión en tecnología y capital humano son motores clave del crecimiento económico sostenible. Esto es particular-

mente relevante en un contexto como Puerto Vallarta, donde la conectividad puede potenciar sectores clave como el turismo y el comercio.

Cadenas productivas

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a negocios en Puerto Vallarta, se revelan diversas dinámicas en cuanto a la participación de actores en la cadena productiva. Se destaca que la mayoría de las empresas encuestadas dependen de un número limitado de proveedores para sus procesos productivos, siendo los proveedores de bienes e insumos los más predominantes. Por otro lado, se observó una tendencia hacia la preferencia por proveedores locales en diversas categorías de suministros, aunque existe una notable proporción de respuestas sin especificar necesidades concretas.

También se evidencia una alta demanda de servicios como asesoría fiscal y legal, principalmente de proveedores locales, mientras que otros servicios como transporte y logística muestran una participación más equilibrada entre proveedores locales y foráneos, aunque con un porcentaje significativo de negocios que no utilizan estos servicios. Estos hallazgos subrayan la importancia de la colaboración con proveedores locales en múltiples sectores económicos de Puerto Vallarta, aunque también revelan áreas donde hay oportunidades para una mayor diversificación y profesionalización de los servicios requeridos por las empresas locales.

Según el modelo *ex ante* “cada variable independiente —actores directos, entorno, servicios de apoyo, relaciones y políticas de gobierno— tiene su fundamentación teórica, y de la misma manera la variable dependiente: asociatividad” (Lila Margarita Bada-Carbajal, 2017). En este sentido, el modelo *ex ante* propone que un negocio o empresa debe ser capaz de asociarse con su entorno, de un modo en el que se pueda generar una cultura de apoyo entre todos los negocios, para que puedan crecer de manera conjunta y de esta forma se puedan fortalecer los sectores a su alrededor y se pueda crear una red de apoyo para los negocios nuevos.

Las encuestas realizadas a negocios en Puerto Vallarta revelan varias tendencias significativas en cuanto a la participación de actores y la deman-

da de servicios. Sin embargo, se identifica una baja participación en ciertos servicios como la comercialización, la adecuación para la distribución y la representación, tanto de proveedores locales como foráneos, lo que sugiere áreas donde podría haber oportunidades para expandir la oferta de servicios disponibles localmente. De acuerdo con Antunez *et al.* (2016), el enfoque de cadenas productivas permite mejorar la calidad del análisis, contribuyendo a la competitividad de diversos productos promoviendo las políticas sectoriales consensuadas entre los diferentes actores de la cadena de tal manera que sea más posible crear de un tejido articulado de organizaciones de producción, comercialización y distribución.

Se concluye que estos datos revelan una estructura económica local en Puerto Vallarta, donde las empresas dependen en gran medida de proveedores locales para sus necesidades de bienes e insumos, y donde hay una clara demanda por servicios especializados como asesoría fiscal y legal. Aunque existen áreas con baja participación en ciertos servicios, el panorama general sugiere un entorno empresarial dinámico con oportunidades para el crecimiento y la diversificación de proveedores y servicios.

En concordancia con lo anterior, se concluye que las empresas dan una mayor utilidad de proveedores de financiamiento y capital, a los bancos comerciales y cajas de ahorro, además de buscar o adquirirlos de otra forma que les sea más factible y seguro de conseguir, aunque existe un mayor margen de utilidad en los proveedores locales que en los foráneos, concluyendo así que la mayoría de las empresas prefieren mantener en privado la información de su financiamiento y capital. En sintonía con Marx y Friedrich Engels (Engels, 1884), ambos pensadores reconocen que el motor de la historia consiste en la forma en la que los individuos y las sociedades satisfacen sus necesidades materiales o producen los medios necesarios para subsistir, es por ello por lo que el emprendimiento y la productividad se encuentran aunados a la teoría de la economía solidaria.

Laville Bastidas y Richer (2001) mencionan una característica fundamental: la “hibridación de recursos”, que significa la combinación de financiamiento y apoyo de diferentes fuentes en una organización económica solidaria, en el cual los resultados de la encuestas nos arrojan que el 49.59% de las empresas implementan diferentes tipos de proveedores para su financiamiento o la obtención de su capital, siendo crucial que la mayoría de las

empresas encuestadas marquen un 50.41% de no implementar ningún tipo de financiación y apoyo a su empresa.

Cabe mencionar que la construcción conjunta de oferta y demanda son enlazados con la distribución, circulación y el consumo de medios materiales de vida que logran satisfacer las necesidades humanas. De acuerdo con los resultados obtenidos, un 68% son de mayor utilización en cuanto a su participación en la cadena de distribución, representado por las empresas mayoristas y minoristas, en cuanto al tipo de proveedor, son más utilizadas las empresas locales que las foráneas.

Por consiguiente, de lo anterior se concluye que las empresas poseen una cadena de producción bien implementada y estructura para la satisfacción de las necesidades de la producción y la demanda de un mercado neto, por lo tanto, se cumple con todas las demandas del mercado. El único apartado donde las empresas demostraron no tener las medidas necesarias o bien implementadas es en cuanto al manejo de la merma y desperdicios, por lo tanto, se deben de implementar acciones para mejorar el manejo de este apartado dentro de las empresas y mejorar su cadena productiva.

Según Porter (1990), “una empresa es algo más que la suma de sus actividades”. Para poder crear una cadena capaz de producir debe ser una cadena de valor, esto quiere decir que es un sistema interdependiente o red de actividades conectado mediante enlaces, por lo que el adquirir ventaja competitiva exige que la cadena de valor se gestione como un sistema y no como una colección de partes separadas.

Las cadenas productivas son el conjunto, suma o integración como una red de actores, agentes y dimensiones de la actividad económica que interactúan para la provisión, transformación, intermediación y comercialización de los productos o servicios con lo que se logra aprovechar oportunidades, generar ventajas competitivas y alcanzar mayor nivel de competitividad.

De acuerdo con Francia Baños *et al.* (2020), existe una necesidad de modificar el paradigma turístico actual junto con el fortalecimiento en las empresas en Puerto Vallarta, brindando decisiones innovadoras y solidarias armonizando las dimensiones económicas, naturales y sociales. Las empresas deben mejorar o modificar en el sector de proveedores de bienes, lo cual significa que tienen que incrementar los sistemas de cadena productiva para

obtener una mayor ventaja ante sus competidores, al igual la población considera que la cadena productiva tiene más ventajas que debilidades en el mercado, por lo que más del 60% de la población y las empresas están altamente de acuerdo con este fortalecimiento. En esta investigación se demuestra que el actor o actores principales son las ventajas y el fortalecimiento competitivo.

Según el Gobierno del Estado de Jalisco (2013-2018), con una alta concentración productiva en la región dominante “Puerto Vallarta y Bahía de Banderas”, adquirió una ventaja de localización sobre las demás poblaciones, lo que ha intensificado las desigualdades regionales y la polarización entre la población. De hecho, existe una fragmentación de la ciudad en dos partes: la primera es la integrada a la dinámica del turismo y la segunda es la periferia marginada, carente de dinamismo económico y conformada por áreas deprimidas, en predios irregulares con falta de servicios básicos municipales, tales como agua, luz y drenaje.

Continuando con las observaciones y conclusión de la cadena productiva de Puerto Vallarta, tanto las empresas como los empresarios tienen un buen nivel de productividad y estabilidad en el mercado ante sus competidores, donde cada uno destaca por sus diferentes productos o servicios, dando la estabilidad que necesita la empresa, el dueño y sus trabajadores, donde le dan la satisfacción a sus clientes hacia sus necesidades, aunque el crecimiento en Puerto Vallarta es continuo y siguen llegando nuevas empresas competitivas para las ya establecidas en la zona cada una de ellas sigue creciendo y manteniéndose estable en el mercado.

5. Oportunidades del emprendimiento social ante la vocación económica y las redes productivas de Puerto Vallarta

El emprendimiento social es una idea de negocio con una causa social por mejorar o innovar, es así que su impacto trae beneficios y oportunidades para la sociedad, conocer la situación en la que este contexto se encuentra aporta un enfoque más puntual. A continuación se presenta la información respecto a la percepción de los empresarios sobre las condiciones que prevalecen para el emprendimiento social desde seis perspectivas.

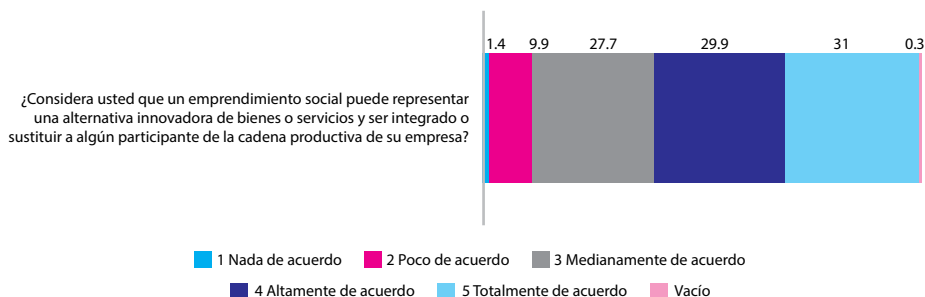
Innovación

La innovación es un término que actualmente tiene impacto en las visiones y metas de los seres humanos, por lo anterior, es relevante entender la importancia de sus efectos en los negocios, en este caso, en los emprendimientos sociales. Dentro de esta sección se encuentran dos preguntas con el propósito de conocer la relación entre la innovación y un emprendimiento social.

La perspectiva acerca de los emprendimientos sociales que cada una de las empresas posee brinda un panorama amplio sobre las oportunidades de este contexto en el ambiente empresarial; confirmando que el 60% de las empresas confían plenamente en un emprendimiento social como alternativa innovadora de bienes o servicios, mientras que el 27.7% se encuentran en una postura medianamente de acuerdo y el 11.3% restante de las orga-

nizaciones, adoptan un criterio desfavorable para la implementación de los emprendimientos sociales. De esta manera, es evidente la respuesta positiva y de apoyo a esta idea de negocio novedosa y con un propósito de mejora social.

Gráfica 5.1. *Innovación (porcentaje)*



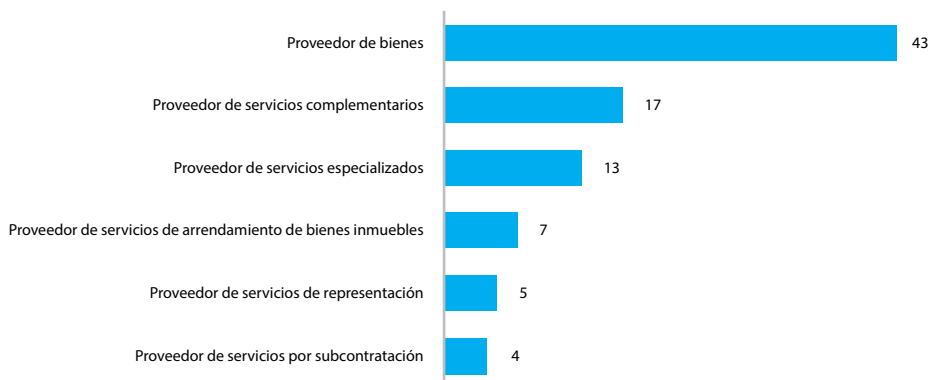
Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Asimismo, al iniciar un negocio es importante conocer las necesidades que el mismo posee para satisfacerlas, por lo cual, tener conocimiento acerca de los proveedores es sumamente significativo y primordial. Así pues, existen diversos tipos de provisor, cada uno con servicios, bienes y propósitos diferentes; son evidentes las preferencias en este sentido hacia los proveedores de bienes y de servicios complementarios, obteniendo la inclinación del 43 y 17% del total de las empresas, lo cual significa que las organizaciones consideran realmente fundamental dentro del manejo de un negocio, como lo es el emprendimiento social, teniendo como otras opciones viables: los proveedores de servicios especializados con el 13% y proveedores de distribución representado con el 11%, mientras que el resto, conformado por servicios de arrendamiento de bienes inmuebles, servicios de representación y subcontratación, constituye tan solo el 16%, definiendo, así, una menor relevancia de estos proveedores dentro de las actividades de un negocio.

La innovación es un término que cada día toma más impacto en las ideas de negocios, los emprendimientos sociales tienen una gran relación con el mismo, como lo afirma (Nyssens, 2012): “A menudo se destaca la naturaleza del emprendimiento social sistémica de la innovación producida y su impacto en un amplio plano social”. Dentro de la dimensión de innovación

de este apartado se hizo un énfasis en la perspectiva social, concluyendo en que la mayoría de las empresas de Puerto Vallarta no se niegan a posicionarse en el mercado junto a emprendimientos sociales, es decir, estos últimos siendo una alternativa de bienes o servicios dentro de su cadena productiva; asimismo, los proveedores forman parte esencial de la organización de una empresa, donde aquellos que brindan bienes y servicios complementarios destacan sobre los demás como alternativas para un emprendimiento social.

Gráfica 5.2. *Tipo de proveedor (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

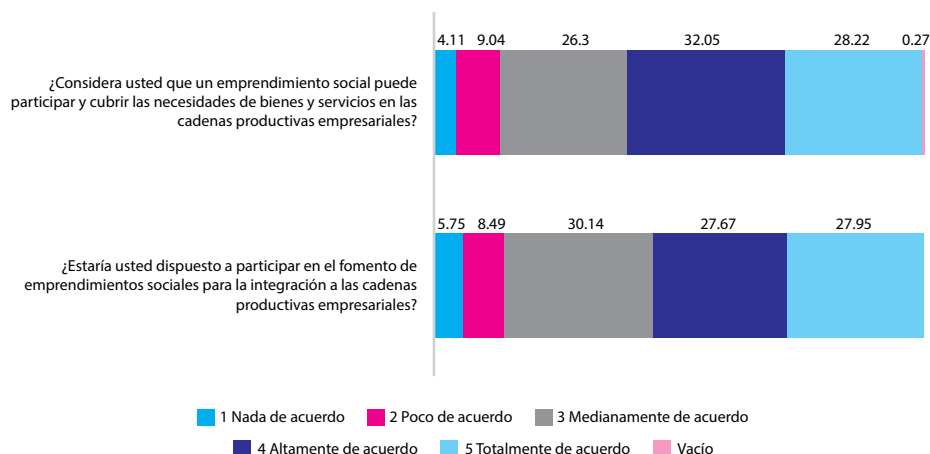
Actividad emprendedora

El emprendedor es aquella persona que siempre ha estado presente en el desarrollo de la humanidad, sus virtudes, actitudes y capacidades son lo que los diferencian sobre los demás, creando oportunidades, así como las ideas de negocio nuevas y renovadoras.

Un emprendimiento social como alternativa para cubrir las necesidades en las cadenas productivas obtuvo respuestas favorables, constituyendo el 60% del total y la minoría presentada con el 13%, expone respuestas poco y nada de acuerdo con esta situación. Del mismo modo, la fomentación es un aspecto realmente importante para cualquier caso novedoso o nuevo, por lo cual el impulso del emprendimiento social es primordial, más de la mitad de las empresas aseguró el promover este tipo de ideas de negocios,

el 30% confirmó estar medianamente de acuerdo, mientras que el resto no mostró posturas favorables; teniendo así apoyo y ambiente grato para los emprendimientos sociales.

Gráfica 5.3. Actividad emprendedora (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

La actividad emprendedora es un fenómeno mayormente reconocido en nuestra actualidad, en referencia a la actividad emprendedora, se deduce una gran aceptación de un emprendimiento social como alternativa dentro de una cadena productiva en la ciudad de Puerto Vallarta, así como también la mayoría de empresas confesaron brindar un fuerte apoyo a la promoción y fomento del emprendimiento social como idea de negocio.

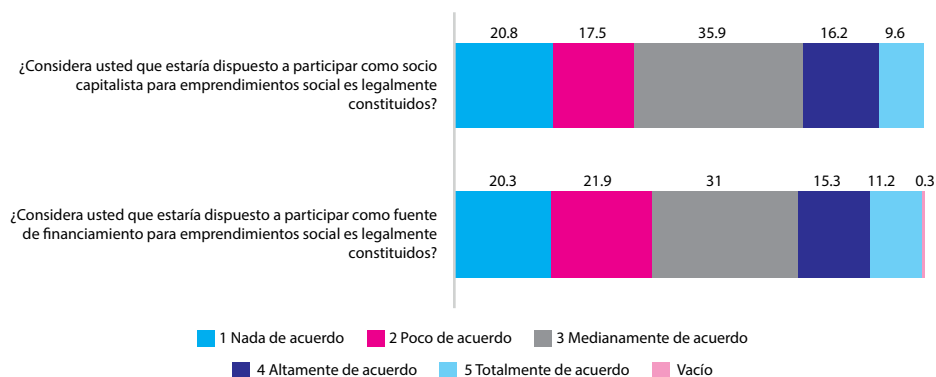
Fuentes de financiamiento

La gráfica 5.4 de las fuentes de financiamiento, muestra el porcentaje de encuestados que estarían dispuestos a participar como fuentes de financiamiento y como socios capitalistas de un emprendimiento social.

En la gráfica se puede observar que el 38.3% se encuentra nada o poco de acuerdo con participar como socio capitalista, siendo la mayoría. El 35.9% está medianamente dispuesto a participar como socio capitalista y

solo el 25.8% se encuentra alta o totalmente de acuerdo. En cuanto a las fuentes de financiamiento, al igual que en los socios capitalistas, la mayoría de los encuestados se encuentran con baja disposición de participación, estando un 42.2% nada o poco de acuerdo, un 31% se encuentra medianamente de acuerdo, y finalmente, solo el 26.5% se encuentra con alta disposición a participar como fuente de financiamiento.

Gráfica 5.4. Fuentes de financiamiento (porcentaje)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Existe un interés moderado en participar en emprendimientos sociales como socios capitalistas o como fuentes de financiamiento. El porcentaje de personas que están mediana, alta y totalmente de acuerdo es superior al 50% en ambas preguntas. Hay más interés en participar como fuentes de financiamiento que como socios capitalistas, esto podría deberse a que las personas consideran que ser socio capitalista implica más riesgo y mayor disposición de tiempo.

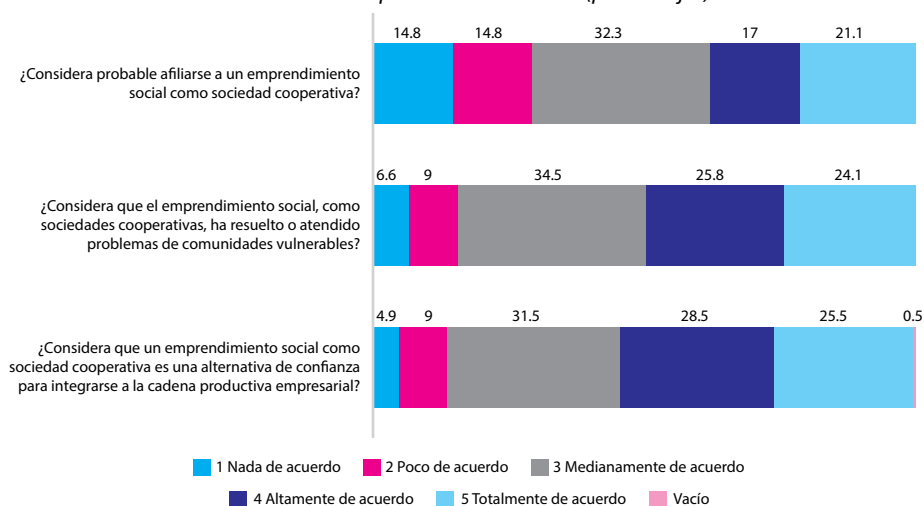
El proceso de financiación es la base y el primer requisito para poder desarrollar el plan de negocio. Todo emprendedor busca tener una financiación estable y asegurarse de esta manera el crecimiento, condicionado al uso óptimo de esa financiación, sobre todo cuando la empresa invierte para crecer (Cortés Navajas *et al.*, 2015). En lo que se refiere a las fuentes de financiamiento y los socios capitalistas dentro del emprendimiento social se logró identificar que la mayoría de las empresas de Puerto Vallarta prefieren participar como fuentes de financiamiento en los emprendimientos

sociales en lugar de ser socios capitalistas de estas, esto podría deberse a que las personas consideran que ser socio capitalista implica más riesgo y mayor disposición de tiempo.

Cooperativas-sociedades

La presente gráfica muestra los resultados de lo que los encuestados piensan sobre los emprendimientos sociales como sociedades cooperativas. Se les preguntó sobre tres aspectos específicos: la posibilidad de afiliarse a un emprendimiento social como sociedad cooperativa, resolución de problemas a comunidades vulnerables por parte de los emprendimientos sociales como sociedades cooperativas y la confianza en los emprendimientos sociales para integrarse a la cadena productiva empresarial.

Gráfica 5.5. Cooperativas-sociedades (porcentajes)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

En la primera pregunta la mayoría se encuentra alta y totalmente de acuerdo (38.1%), un 32.3% se encuentra medianamente de acuerdo, y un 29.6% está nada y poco de acuerdo. En cuanto al siguiente aspecto que son los problemas atendidos en comunidades vulnerables, la mayoría se encuen-

tra de nuevo alta y totalmente de acuerdo con un porcentaje del 49.9. Un 34.5% se encuentra medianamente de acuerdo y solo el 15.6% se encuentra nada o poco de acuerdo.

Finalmente, en el tercer aspecto de la dimensión que representa la confianza para integrarse a la cadena productiva empresarial, la mayoría se encuentra alta o totalmente de acuerdo con un 54%. En segundo lugar, con un 31.5% los encuestados medianamente de acuerdo, y por último la minoría está poco o nada de acuerdo con un 13.9 por ciento.

Los resultados de esta dimensión de la encuesta muestran que la mayoría de los encuestados tienen una perspectiva positiva sobre los emprendimientos sociales como sociedad cooperativa. Por parte de la posibilidad de afiliarse a un emprendimiento social como sociedad cooperativa, la mayoría se concentra en una posición positiva, aunque también existe una cantidad significativa con una opinión neutral sobre esto. En cuanto, la resolución de problemas a comunidades vulnerables por parte de los emprendimientos sociales como sociedades cooperativas, al igual que en el aspecto anterior la mayoría tiene una muy buena opinión sobre lo que los emprendimientos sociales han logrado o hecho por las comunidades vulnerables. Y, finalmente, mencionando el tercer aspecto que es la confianza en los emprendimientos sociales para integrarse a la cadena productiva empresarial, la opinión positiva fue aún mayor que en los aspectos mencionados anteriormente y la opinión negativa también fue la más baja de los tres aspectos, lo cual nos indica que se cree que los emprendimientos sociales como sociedades cooperativas pueden ser una gran alternativa para el impulso de la economía.

Es importante impulsar la intención emprendedora en los integrantes mediante el fomento de la educación cooperativa y aplicabilidad de sus principios, ya que las cooperativas son un gran impulso para la economía de las sociedades (Arias *et al.*, 2022). Por lo anterior, fue posible conocer la perspectiva de las empresas sobre tres aspectos específicos: la posibilidad de afiliarse a un emprendimiento social como sociedad cooperativa, resolución de problemas a comunidades vulnerables por parte de los emprendimientos sociales como sociedades cooperativas y la confianza en los emprendimientos sociales para integrarse a la cadena productiva empresarial.

La mayoría de las personas tiene una opinión positiva sobre afiliarse a un emprendimiento social como sociedad cooperativa, aunque también hay una cantidad significativa con una opinión neutral. Respecto a la resolución de problemas en comunidades vulnerables, la mayoría valora positivamente el impacto de estos emprendimientos. Finalmente, en cuanto a la confianza en los emprendimientos sociales para integrarse a la cadena productiva empresarial, la opinión positiva es aún mayor y la negativa la más baja, indicando que se consideran una gran alternativa para impulsar la economía de Puerto Vallarta.

Naturaleza de los objetivos o intenciones

La participación en emprendimientos sociales es una tendencia que ha ganado relevancia como herramienta para abordar problemas sociales y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo, que refleja una combinación de valores personales, aspiraciones de desarrollo y un compromiso con el bienestar colectivo. Estos objetivos e intenciones son esenciales para impulsar el cambio positivo en nuestras comunidades y en todo el mundo.

La gráfica 5.6 muestra las razones por las cuales las personas están dispuestas a participar en la creación de una economía social e inclusiva. Los objetivos principales se centran en ideales solidarios y humanísticos (34.25%), el desarrollo humano integral para una mejor calidad de vida (29.86%) y la construcción de oportunidades y mejora de las condiciones de vida de las comunidades (22.74%). Estos datos reflejan una fuerte motivación hacia la solidaridad, el desarrollo integral y la mejora comunitaria, indicando una disposición significativa a involucrarse en emprendimientos sociales.

De acuerdo con la teoría de la acción colectiva de Elinor Ostrom, el éxito en la gestión de recursos comunes depende de los objetivos compartidos y la confianza entre los participantes. Ostrom (1990) argumenta que las comunidades que alinean sus intenciones y establecen normas colectivas son más propensas a generar resultados sostenibles. La creación de redes de apoyo se presenta como un elemento esencial para el fomen-

to del emprendimiento social. Estas redes no solo ofrecen accesibilidad a recursos clave, como mentoría y capacitación, sino que también facilitan la colaboración entre emprendedores que pueden compartir experiencias y conocimientos. Basándonos en la teoría de redes sociales de Granovetter, entendemos que la fuerza de los lazos débiles facilita el acceso a información y recursos que no estarían disponibles dentro de redes más cerradas. Granovetter, 1973) sostiene que las conexiones menos intensas pueden ser más valiosas en términos de obtención de información nueva y oportunidades.

Gráfica 5.6. *Naturaleza de los objetivos o intenciones (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Redes de apoyo para emprender

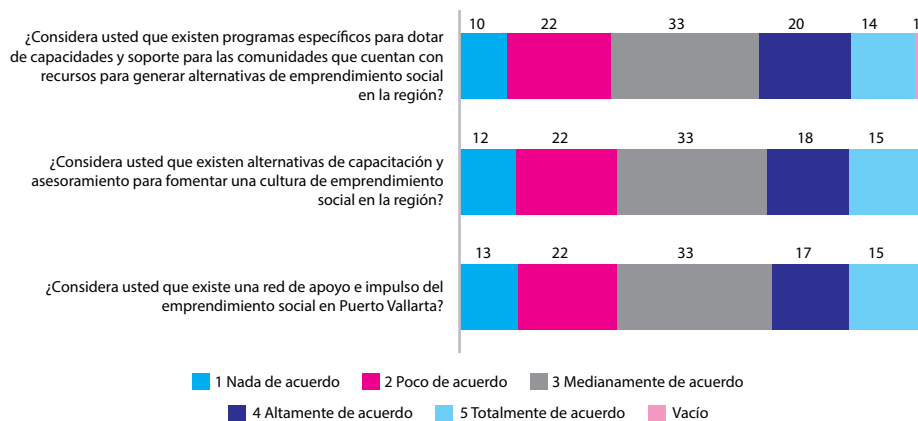
Las redes de apoyo son esenciales para el emprendimiento social. Estas redes proporcionan acceso a recursos, conocimientos, mentoría y contactos que son fundamentales para el crecimiento de los emprendimientos. Al formar parte de una red de apoyo, los emprendedores pueden aprender de otros, compartir experiencias y recibir asesoramiento en áreas clave de su negocio. Además, el uso de redes sociales también es crucial para pro-

mover un emprendimiento, ya que permite visibilizar el trabajo y la calidad de los productos o servicios, llegando a un gran número de personas rápidamente.

Las redes de apoyo para emprender son fundamentales para el éxito de los emprendedores. El 32.60% de los encuestados cree que existen programas específicos diseñados para apoyar a las comunidades emprendedoras. Estos programas pueden ofrecer mentoría, acceso a financiamiento, talleres y eventos para fortalecer las habilidades empresariales. El 33.15% considera que hay opciones de capacitación y asesoramiento disponibles.

Esto implica que los emprendedores pueden acceder a cursos, talleres y recursos para mejorar sus habilidades técnicas, de gestión y liderazgo, el 33.42% cree que existe un impulso de red de apoyo al emprendimiento social en Puerto Vallarta, esta red puede incluir organizaciones locales, grupos de *networking*, incubadoras de negocios y colaboraciones entre emprendedores.

Gráfica 5.7. *Redes de apoyo para emprender (porcentaje)*



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Estas redes no solo conectan a los emprendedores entre sí, sino que también les brindan herramientas y apoyo para superar desafíos. Cultivar y fortalecer estas redes es esencial para el desarrollo empresarial sostenible. Las opiniones de los empresarios subrayan la importancia de los objetivos colectivos y las redes de apoyo en la creación de un impacto social positivo de los emprendimientos sociales. Al integrar estos elementos en el marco

teórico propuesto por autores como Ostrom y Granovetter, se establece un análisis más profundo que permite entender cómo las comunidades pueden mejorar sus condiciones de vida y desarrollar una economía más inclusiva. En un mundo que enfrenta desafíos sociales apremiantes, la colaboración y el aprendizaje mutuo entre emprendedores se convierten en pilares fundamentales para la transformación social y el desarrollo sostenible. La disposición de los individuos hacia la acción colectiva y la formación de redes de apoyo no solo son factores determinantes para el éxito de los emprendimientos, sino también para el bienestar general de la comunidad.

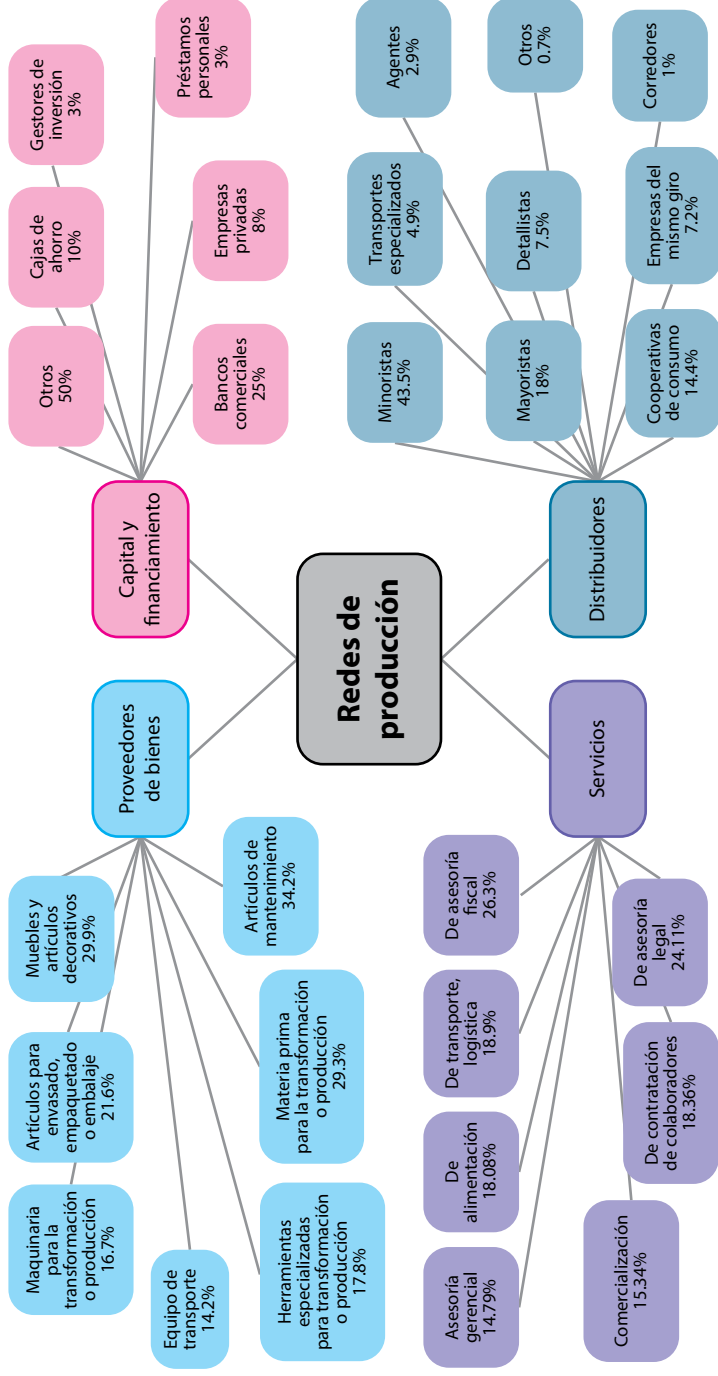
Oportunidades de emprendimiento en las redes productivas de Puerto Vallarta

Es claro que la vocación productiva de Puerto Vallarta está centrada en actividades relacionadas con el sector turismo, sin embargo, para dar respuesta a todas las actividades económicas relacionadas se han desarrollado cadenas productivas integradas por diferentes empresas del sector servicio, comercio y transformación. Con base en toda la información que fue posible recabar bajo el trabajo de campo, se presentan las siguientes redes productivas, en primer lugar, la red de proveedores que las empresas utilizan en tres fases del proceso: entrada, producción y/o transformación y distribución.

En este sentido, la cadena de proveedores de bienes o insumos representa la principal oportunidad para generar emprendimientos, sin embargo, al ser la más demandada también es la más competitiva, por lo que el reto es desarrollar emprendimientos basados en productos innovadores, que posean características únicas, distintivas, que generen ventajas en costos y márgenes de contribución, asimismo que sean posibles de abastecer de manera oportuna y en las cantidades que demanden los usuarios.

La segunda cadena más demandada es la de servicios de arrendamiento. Puerto Vallarta ha tenido un crecimiento en infraestructura exponencial en las últimas dos décadas, asimismo, en cuanto a la percepción de la aptitud regional para el desarrollo de la vocación sobresalieron las condiciones geográficas y las características del lugar, en esta claramente está la oferta de oficinas, bodegas, espacios comerciales, corredores comerciales y zonas

Figura 5.2. Redes de subproveedores de las cadenas productivas de Puerto Vallarta



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, los proveedores de servicios por subcontratación y de representación se encuentran en la cuarta cadena. En Puerto Vallarta, los proveedores de servicios por subcontratación y de representación son de suma importancia para la eficiente operación y éxito de los negocios locales, especialmente en el sector turístico. Estos proveedores aportan diversos tipos de servicios que permiten a las empresas concentrarse en sus competencias principales, mejorando su eficacia y la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes. Algunas mejoras de estas áreas podrían ser implementar programas de capacitación y certificación para asegurar que los proveedores de servicios subcontratados cumplan con los estándares de calidad y seguridad; utilizar programas de formación y certificación para agentes de ventas y representantes de marketing turístico, asegurando que tengan un conocimiento profundo del destino y habilidades en atención al cliente participar activamente en eventos y exposiciones internacionales para atraer inversores, socios comerciales y turistas. Poner en práctica estas propuestas ayudará a aumentar y mejorar los servicios por subcontratación y de representación en Puerto Vallarta, y no solo optimizará las operaciones de los negocios locales, sino que también impulsará el desarrollo económico y la competitividad del destino.

De manera específica se desarrolla la siguiente red de subproveedores en cada una de las redes principal de proveedores anteriormente descritas, en este caso los servicios de agruparon de acuerdo con los más mencionados y se agrega la red de servicios de capital y financiamiento por ser de suma importancia para el desarrollo o impulso del emprendimiento.

Red de proveedores de bienes

En este sentido, la etapa económica actual, caracterizada por un crecimiento estable, presenta una oportunidad única para reforzar la cadena productiva de proveedores de bienes, especialmente considerando a emprendedores. Este enfoque debe alinearse con la vocación productiva y el emprendimiento social para crear propuestas accesibles y sostenibles.

En primer lugar, se observa una alta demanda de materiales de mantenimiento, equipos y herramientas. Una propuesta viable para emprendedores

es la creación de cooperativas de servicios de mantenimiento preventivo y correctivo. Estas cooperativas pueden ofrecer servicios de limpieza y pequeñas reparaciones, suministrando lubricantes y aceites de manera accesible. Además, con formación técnica básica, los miembros de la cooperativa pueden mejorar la eficiencia operativa de las empresas locales y viviendas, generando ingresos estables y mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Paralelamente, el desarrollo de soluciones de TI puede parecer inaccesible para emprendedores con recursos limitados. Sin embargo, programas de formación y microcréditos pueden permitir la creación de pequeñas empresas de soporte técnico y desarrollo de software básico. Estas empresas podrían ofrecer servicios de instalación y mantenimiento de redes, seguridad informática y capacitación en el uso de tecnologías, cubriendo una necesidad crítica en comunidades con acceso limitado a servicios tecnológicos avanzados.

El sector de suministros de oficina presenta otra oportunidad. Emprendedores pueden formar cooperativas o pequeñas empresas dedicadas a la recolección y reciclaje de papel y otros materiales de oficina. Este enfoque no solo contribuye a la sostenibilidad, sino que también crea empleos y promueve el uso responsable de recursos. Ofrecer papelería reciclada y productos fabricados con materiales reutilizados puede diferenciar a estos emprendedores en el mercado.

En el ámbito de la seguridad y protección personal, se pueden establecer pequeños talleres de confección de equipos de protección personal básicos, como mascarillas y guantes, utilizando materiales accesibles. Con el apoyo de programas de capacitación y subvenciones, estos talleres pueden evolucionar para producir equipos más sofisticados y sistemas de seguridad personalizados para industrias locales.

El sector de la construcción también ofrece oportunidades para emprendedores. La creación de una red de microemprendimientos que provean materiales de construcción reciclados y sostenibles puede ser altamente beneficiosa. Recolectar y procesar residuos de construcción para producir ladrillos y cemento ecológico no solo genera ingresos, sino que también contribuye a la sostenibilidad ambiental.

La oferta de productos químicos sostenibles y ecológicos puede adaptarse a pequeños emprendedores mediante la producción y venta de lim-

piadores y desinfectantes caseros a partir de ingredientes naturales. Con formación adecuada, estos productos pueden ser comercializados a nivel local, promoviendo la seguridad y sostenibilidad en los hogares y pequeñas empresas.

Finalmente, en el sector alimenticio, se pueden establecer huertos urbanos comunitarios y microempresas de *catering* que ofrezcan alimentos saludables a empresas y particulares. Estos proyectos no solo generan ingresos, sino que también mejoran la nutrición y salud de la comunidad. La venta de productos frescos y preparados puede realizarse en mercados locales y a través de redes comunitarias, fomentando la autosuficiencia y el emprendimiento social.

Red de servicios

Para mejorar la red de servicios en Puerto Vallarta es esencial adoptar un enfoque integral que abarque diversas áreas críticas como asesoría fiscal, legal, transporte, logística, alimentación, gerencial, comercialización y contratación de colaboradores. Invertir en tecnología, infraestructura y capacitación son claves para impulsar la eficiencia y competitividad de la ciudad.

Para empezar, la asesoría fiscal y legal debe enfocarse en implementar plataformas digitales que faciliten el acceso a servicios de asesoría fiscal y legal, optimizando procesos y reduciendo costos. En el área de transporte y logística, invertir en la mejora de infraestructuras de transporte público y rutas logísticas para mejorar la movilidad y la eficiencia en la distribución de mercancías. En la alimentación establecer mercados locales y ferias agrícolas que beneficien a los productores locales y ofrezcan productos frescos y de calidad a la comunidad. En el área de asesoría gerencial y comercialización potenciar el uso de plataformas de comercio electrónico y marketing digital para expandir el alcance de los negocios locales y mejorar su presencia en línea, y por último, en la contratación de colaboradores se tienen que fortalecer agencias de empleo y plataformas de búsqueda de trabajo para facilitar la conexión entre empleadores y candidatos adecuados.

Puerto Vallarta, en su etapa de crecimiento económico sostenido, puede fortalecer su desarrollo diversificando su economía más allá del turismo.

La inversión en tecnología, infraestructura, capacitación y prácticas sostenibles no solo mejorará la calidad de vida de los residentes, sino que también atraerá inversiones y fomentará un crecimiento económico más equilibrado y resiliente.

Red de capital y financiamiento

De acuerdo con los datos que obtuvimos en la red de producción centrándonos en la rama de capital y financiamiento, podemos notar que tiene un déficit en oportunidades de financiamiento para las empresas, mostrando que tiene un 50% en otros, en vista de que al referirse a otros son medios de financiamientos no reconocidos, por ende, estos recursos pueden tener origen familiar, amigos o externos a entidades financieras. Por lo tanto, se debe de implementar un plan donde se ofrezcan capacitaciones para los emprendedores o empresas en crecimiento sobre el financiamiento de empresas y cuáles entidades financieras pueden acudir, como cajas financieras, fondos para el emprendimiento, asesores de financiamiento, bancos, financiamiento gubernamental, etcétera.

De igual manera, tomando el ejemplo de las entidades financieras mencionadas, una de las más accesibles para emprendedores o empresas en crecimiento son las cajas financieras, ya que tienen procedimientos menos exigentes y tasas de interés no agresivas, pero debemos tener en cuenta que estas entidades financieras tienen menor capacidad de financiamiento, por ende, su capacidad será menor en comparación con otras entidades.

Por consiguiente, en la misma red se encuentran los bancos comerciales, teniendo un 25% en financiamiento de las empresas, es la institución financiera más utilizada por las empresas, ofreciendo mayor capacidad de financiamiento y otros servicios, como seguros, asesoramiento financiero, cambio de divisas, etcétera.

Otro aspecto importante por analizar en la red es el poco uso que efectúan las empresas al momento de adquirir un financiamiento o capital en las cajas de ahorro, puesto que solo el 10% de los empresarios usan, este tipo de financiamiento, esto se puede deber a que las cajas de ahorro generalmente ofrecen productos financieros más sencillos y tradicionales, como

cuentas de ahorro, depósitos a plazo y préstamos personales; sin embargo las cajas de ahorro pueden ser una herramienta útil para las empresas si se utilizan de manera estratégica.

Las empresas pueden utilizar las cajas de ahorro para gestionar la tesorería de la empresa y que les proporcione beneficios en términos de liquidez y seguridad, implementando las cuentas de ahorro para mantener fondos de emergencia o reservas en cuentas de ahorro para obtener rendimientos sobre el efectivo no utilizado, además de ofrecer a los empleados la posibilidad de ahorrar parte de su salario en cuentas de ahorro con beneficios adicionales y proporcionar incentivos como tasas de interés preferenciales o contribuciones de la empresa a las cuentas de ahorro de los empleados.

Establecer alianzas estratégicas con una caja de ahorro puede ofrecer beneficios mutuos, como realizar promociones conjuntas para atraer a nuevos clientes tanto para la empresa como para la caja de ahorro, y negociar descuentos y beneficios exclusivos para los empleados de la empresa en productos y servicios de la caja de ahorro. Aunque las cajas de ahorro no suelen ofrecer financiamiento directo a empresas, pueden ser útiles para obtener pequeñas líneas de crédito o préstamos personales para propietarios de pequeñas empresas que puedan reinvertir en su negocio.

En conjunto con las cajas de ahorro está la relevancia que se tiene con los préstamos personales, que suelen ser más fáciles y rápidos de obtener en comparación con los préstamos o finamieto en cajas de ahorro. Esto es especialmente útil en situaciones donde se necesita financiamiento inmediato para cubrir gastos urgentes o aprovechar una oportunidad de negocio. Los préstamos personales permiten a los empresarios utilizar los fondos según sus necesidades específicas, ya sea para capital de trabajo, adquisición de inventario o mejora de instalaciones. El uso de los préstamos personales sería una gran herramienta para los empresarios en cuanto a implementarles a sus empleados una gran facilidad de obtener sus propios préstamos consolidándolos a la empresa en cual a los empleados les den facilidad de pago, tasas de intereses más bajas y sobre todo los empleados podrán acceder rápidamente a fondos en situaciones de emergencia, como gastos médicos inesperados o reparaciones urgentes. Implementar un programa de préstamos personales demuestra que la empresa se preocupa por el bien-

estar de sus empleados, lo que puede aumentar la lealtad y reducir la rotación de personal.

Asimismo, la red anterior muestra que el 8% de empresas son financiadas por empresas privadas, lo que les ofrece la oportunidad de acceder a capital de manera más rápida y flexible, además de contar con el apoyo y la experiencia de inversores que están comprometidos con el crecimiento a largo plazo del negocio. Los inversores privados buscan un retorno sobre su inversión, pero también valoran la visión, el equipo y el potencial de crecimiento de una empresa, por lo cual una buena estrategia para este financiamiento es compartirle un plan sólido para poder convencer el financiamiento, utilizar plataformas para promocionar la empresa y crear un mayor interés, al igual que tener equipos experimentados.

Por último, los gestores de inversión tienen un 3%, lo cual es un porcentaje bajo ya que desempeñan un papel importante en la gestión de las inversiones de sus clientes, ayudándoles a diversificar, maximizar rendimientos, gestionar riesgos y acceder a oportunidades exclusivas en el mercado financiero, su experiencia y conocimientos especializados son fundamentales para ayudar a los inversionistas a alcanzar sus objetivos financieros a largo plazo.

Contar con gestores de inversión en las empresas puede ser fundamental para optimizar la gestión financiera, ya que puede maximizar la rentabilidad de las inversiones, administrar los riesgos de manera efectiva y acceder a oportunidades de inversión exclusivas que impulsen el crecimiento y la estabilidad financiera de las organizaciones.

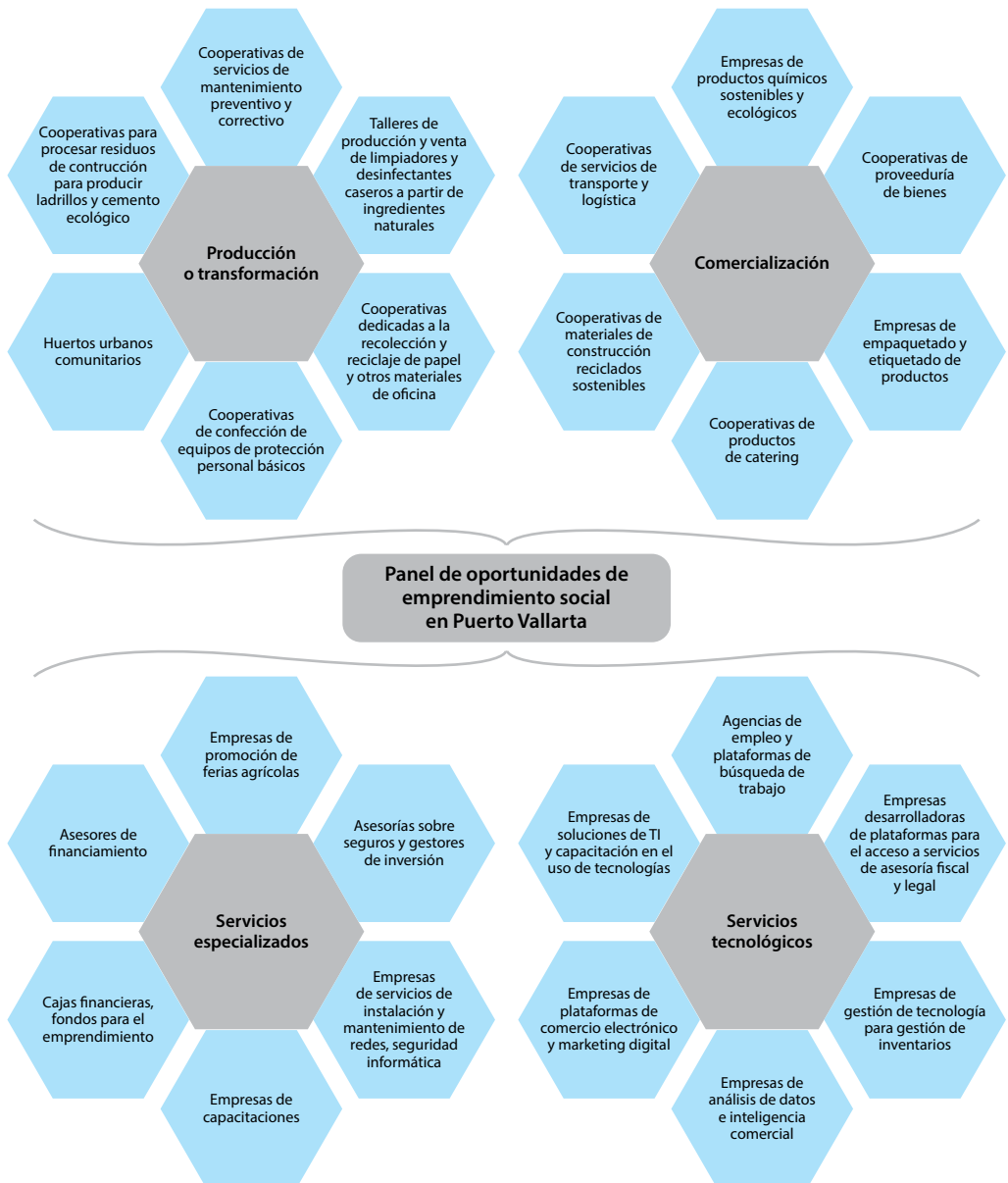
Red de distribuidores

Los distribuidores son vitales para la administración de muchos negocios, estos mismos varían dependiendo de las necesidades y requerimientos que las organizaciones poseen. Asimismo, para mejorar la eficiencia y resiliencia de la red de distribuidores en Puerto Vallarta, en términos de demanda y oferta, los minoristas y mayoristas representan áreas de alta demanda, lo que sugiere oportunidades en servicios de logística optimizados, tecnología de gestión de inventarios y plataformas de e-commerce.

Los mayoristas pueden integrar sus operaciones para controlar más etapas de la cadena de suministro, formando alianzas estratégicas con fabricantes para obtener precios preferenciales, además de implementar sistemas avanzados de pronóstico de demanda y gestión de inventarios pueden reducir el excedente de *stock* y también pueden diversificar productos hacia nuevos nichos para atraer a consumidores más diversos.

Por su parte, los minoristas pueden ofrecer experiencias de compra personalizadas utilizando análisis de datos e inteligencia artificial, también pueden desarrollar presencia en diversos canales que integren ventas en tienda online y móviles proporciona una experiencia de compra fluida, e implementar marketing de proximidad y crear programas de lealtad atractivos puede aumentar las visitas repetidas y el valor de vida del cliente. Mientras que los distribuidores restantes, si bien no tuvieron una gran relevancia en comparación con los mayoristas y minoristas, aún así es importante comentar su funcionalidad dentro de los negocios, aunque esto ya dependería del bien o servicio que las empresas brinden. Las siguientes figuras sintetizan las oportunidades identificadas de emprendimiento social desde la información obtenida en la presente investigación, las referencias y la discusión de los postulados teóricos.

Figura 5.3. Oportunidades identificadas de emprendimiento social



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, de manera específica, se logró identificar los tipos de productos más demandados en los proveedores de productos de consumo y bienes, mismos que se muestran a continuación y que representan una oportunidad para entrar a la cadena productiva, ya sea como un emprendimiento de oferta de productos especializados, de alta o súper especialización o a base de una oferta de varias líneas de productos conexos o inconexos.

Cuadro 5.1. Productos mas demandados de la red de proveedores de productos de consumo y bienes en Puerto Vallarta

<i>Materia prima para producción o transformación</i>		<i>Maquinaria para producción o transformación</i>		<i>Herramientas especializadas</i>		<i>Artículos de mantenimiento</i>		<i>Artículos para envasado, empaquetado o embalaje</i>	<i>Equipo de transporte</i>	<i>Muebles y artículos decorativos</i>
Arcillas	Aplicación de muebles como chapa y madera	Pintura	Computadoras	Taladro	Cámaras de vigilancia	Rodillos anilox para impresoras	Artículos de limpieza multiusos, (aceite)	Bolsas plásticas	Camioneta y bicicleta	Butacas
	Planchas de impresión offset, flexografía	Computadoras	Tambos	Selladora	Carretillas	Artículos de limpieza para el local	Pinturas	Botellas	Camionetas 3 ½ y tráiler	Cajas
Arena	Plásticos	Computo	Tijeras	Selladores para vasos	Cascos	Artículos de limpieza para herramientas	Plástico	Botes	Camionetas de 3.5 toneladas	Cajas registradoras
Armazones	Pollo	Copiadoras	Tina para los pies	Cepillos	Serruchos y maderas	Artículos de mantenimiento para venta	Químicos	Botes	Camionetas de carga	Cajoneras
	Productos para lavado de autos	Copladoras	Todos los medios de transporte	Sierra	Software	Artículos para limpiar local	Químicos de limpieza	Botes de plástico	Camionetas de transporte	Camas
Artículos para limpiar no de manera profunda	Productos para la cara	Cortado	Tornos	Computadoras	Soplete	Artículos para limpiar máquinas	Refacciones de refrigeración	Cajas	Carro repartidor	Colchones
	Purés	Cortador de embutidos	Troqueladoras	Congeladores	Soportes	Artículos para limpieza profunda	Refracciones	Cajas de cartón	Diablito para camioneta	Contenedores
Bebidas	Químicos	Cortadoras de madera	Vibradora	Cortadoras	Taladros	Bombas de refrigeración	Reparaciones	Cartón	Lanchas	Decorativos
Bisagras	Quitamanchas	Cortadoras de papel		Cortadoras de vidrio	Termómetros	Cepillos	Repuestos	Charolas	Motocarro	Escritorio
Bolsas	Rodillos de impresión	Cortadoras para embutidos		Cuchara	Tijeras	Cepillos de limpieza	Rodillos de repuesto	Cintas	Motocicleta	Espesjos
Camas	Sábanas	Enfriador		Cuchillos	Tornillos	Cepillos para limpieza de hornos	Servicio de mantenimiento del local	Cintas de embalaje	Motocicleta para repartir	Estante

Materia prima para producción o transformación		Maquinaria para producción o transformación		Herramientas especializadas		Artículos de mantenimiento		Artículos para envasado, empaquetado o embalaje	Equipo de transporte	Muebles y artículos decorativos
Carbón activado	Sal	Equipo de aparatología		Desarmadores milimétricos	Transformación	Cera	Soldadura	Conos	Paquetería	Estufas
Carnes	Salsas	Equipo de cocina		Desmontada	Variadas	Cerrajería	Soluciones de limpieza	Copas	Repartidores	Exhibidores
Cemento	Sellos	Equipo médico		Despachadoras	Ventosas	Desengrasantes	Solventes	Esencias	Transporte para muebles	Exhibidores
Cepillos	Shampoo	Equipos para ejercicio		Destornillador		Desinfectantes		Embalaje documentos paquetería	Transporte en general	Florería
Cera	Sillas	Especjos		Detectores de humo		Equipo		Empaquetado	Transporte mercancía	Fundas
Champag	Soldaduras para unir metales	Fermentadora		Diversidad de herramientas multifuncionales		Equipo de limpieza		Emplaye	Transporte para entrega	Grafitos o estampas
Clavos	Suavizantes	Fotocopiadora		Divisora		Escobas		Envasado	Transporte privado	Grifería
Cloro	Suelas	Fibriladoras		Dosificadora		Escolares		Envases	Trasladistas de unidades	Lavadoras
Colores primarios	Sueros	Guillotinas		Empacadora		Esponjas		Envoltura	Transporte para mover muebles	Lona
Comida para despensas	Tapaderas	Homogeneizadoras		Equipo cómputo		Fertilizadores		Envoltura para la protección de muebles	Vehículo	Maniquies
Componentes para celular	Telas	Horno		Equipo de gimnasio		Filtros de repuesto		Espumas		Mantas
Concreto	Tintas de impresión	Impresoras		Equipo de limpieza		Fontanería		Estuches		Manteles
Contrachapado	Tintes	Impresoras flexográficas		Equipos de llenado y envasado		Franelas		Etiquetadora		Mesas

Materia prima para producción o transformación		Maquinaria para producción o transformación		Herramientas especializadas		Artículos de mantenimiento		Artículos para envasado, empaquetado o embalaje		Equipo de transporte		Muebles y artículos decorativos	
Cremas	Toallas	Lámpara		Espátulas		Franelas		Etiquetas				Mobiliario escolar	
Cristales	Tornillos	Lavacabezas		Estampado		Fumigación		Etiquetas (sellos)				Mostrador	
Cúter	Tortillas	Lavadoras		Extractores de impurezas		Grasas		Film plástico				Muebles de exhibición	
Desinfectantes	Tapos	Licuadoras		Fontanería		Herramientas		Kit de higiene				Muebles de madera	
Detergentes	Tratamientos para el cabello	Ligas		Formones		Herramientas de trabajo		Latas				Muebles de oficina	
Emulsionantes	Tratamientos para la piel	Lijadoras		Herramienta Truper de todo tipo		Hicatos		Pallets				Muebles decorativos para consultorios	
Endulzantes	Uniformes	Máquina de delneado		Herramientas		Insumos de limpieza		Papel celofán				Muebles del local	
Envolturas	Varios	Máquina podadora		Herramientas fijas		Jabón		Papel decorativo				Muebles en general	
Equipo médico	Verduras	Maquinaria carnicera		Herramientas mecánicas		Jardinería		Papel kraft				Muebles en venta	
Esmaltes	Levadura	Maquinaria contadora		Herramientas multifuncionales		Lijas		Plástico para proteger				Muebles para espacios de clientes	
Espicias	Licores	Maquinaria de preparación		Herramientas para la reparación de automóviles		Limpiador		Plásticos en general				Nocheros	
Espónja	Limpiadores	Maquinaria de sellado y aparatos para el proceso del agua		Hidrómetro		Limpiador multiusos		Plásticos para proteger				Oficina	
Espuma de afeitar	Limpieza	Maquinaria mediana		Horno de panadería		Limpiadores		Platos				Pinturas decorativas	

<i>Materia prima para producción o transformación</i>		<i>Maquinaria para producción o transformación</i>		<i>Herramientas especializadas</i>	<i>Artículos de mantenimiento</i>	<i>Artículos para envasado, empaquetado o embalaje</i>	<i>Equipo de transporte</i>	<i>Muebles y artículos decorativos</i>
Estabilizante	Líquidos de limpieza	Maquinaria para trabajar la madera de arreglos		Impresora	Limpiadores de tinta	Popotes		Racks
	Llantas de diversas marcas	Maquinaria para el mantenimiento y elaboración de muebles		Instalación de refacciones	Limpieza	Servilletas		Refrigeradores
Fabricación de todas sus artesanías	Madera	Máquinas de congelación		Instrumentos quirúrgicos	Limpieza del establecimiento	Tapones		Salas de espera
Flores	Maderas de diferentes tipos	Máquinas de extrusión para paletas		Laminadora	Limpieza del negocio	Tarimas		Secadoras
Follaje	Maiz	Máquinas de pasteurización		Lijadoras	Limpieza en general	Todo lo de embalaje		Sillas
Fruta	Manillas	Máquinas especiales		Limpieza de maquinaria (cortadoras)	Limpieza para el local	Utensilios		Sillones
Fundas de almohada	Mantenimiento de aparatos	Máquinas para cortar el cabello		Máquina para corte	Limpieza para máquinas	Varios		Sillones
Fundentes	Maquinaria de alimentos	Máquinas para ejercicio		Máquina para hacer eskimos	Limpieza para material y local	Vasos		Sofa
Garrafrones	Mariscos	Material escolar y papelería		Maquinaria	Limpieza y mantenimiento	Tarjas		
Gel	Masa	Mezcladora		Máquinas especiales para lavar	Limpieza y mantenimiento	Todo el mobiliario de oficinas		
Grava	Mascarillas	Moldeadora		Máquinas para encerar	Limpieza y mantenimiento para la cortadora	Varios		

Materia prima para producción o transformación		Maquinaria para producción o transformación		Herramientas especializadas	Artículos de mantenimiento		Artículos para envasado, empaquetado o embalaje	Equipo de transporte	Muebles y artículos decorativos
Guantes	Materiales de papelería	Molino (tahona)	Máquinas para enmicar	Limpieza y tratamiento de aceites	Vitrinos				
Harinas	Medicamentos	Molino para carne	Martillos	Líquidos	Vitrinos				
Hidratantes	Mesas	Muebles	Medidores de densidad de tinta	Lubricantes para maquinaria					
Hielo	Metales comunes	Partes de maquinaria	Medidores de ph	Mantenimiento					
Huevos	Metales oro, plata, platino	Perforadoras	Mesas	Mantenimiento de cocina					
Impresoras	Jabones	Plancha	Micrómetros	Mantenimiento de equipo					
Insumos	Laptops	Planchas térmicas	Moldes	Mantenimiento de herramientas					
Insumos para bebidas	Leche	Prensas	Molino	Mantenimiento de refrigeradores					

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

- Ackermann-Barbero, M. N., y Cortelezzi-Ferreya, Á. (2020). Cadenas agroindustriales y vocación productiva de ciudades intermedias de Uruguay: una aproximación por empleo. *Territorios*, (43SPE), 63-86.
- Anaya-Dyck, J. M., Hernández-Oñate, M. Á., Tafolla-Arellano, J. C., Báez-Sañudo, R., Gutiérrez-Martínez, P., y Tiznado-Hernández, M. E. (2021). La cadena productiva de guanábana: una opción para el desarrollo económico en Compostela, Nayarit. Estudios sociales. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57).
- Andalucía Emprende (1.º de febrero de 2019). Cadena de valor. Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>.
- Antúñez, S., Vivian, I., y Ferrer Castañedo, M. (2016). El enfoque de cadenas productivas y la planificación estratégica como herramientas. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*.
- Aramayo, R. (2008). Nociones para la planificación del desarrollo económico local CEBEM-Comisión Europea.
- Aranya Huamani, C. P., y Pari Vargas, R. A. (2024). Influencia de la marca país, a través de la internacionalización, en la cultura exportadora de las mipymes exportadoras del sector textil de la región Lima.
- Arias, A., Sigüenza, S., Ramón, L. P., y Atencio, G. Á. (2022). Cooperativismo y emprendimiento social: alternativas para el bien común. *Maskana*, 13(1), 43-51.
- Arruda, M. (2006). Potencialidades de la praxis de la economía solidaria. *Revista del Instituto de Políticas del Cono Sur*.
- Asghar, M. H. (2016). Analysis of the Relationship between the Components of Entrepreneurship Education and the Antecedents of Theory of Planned Behavior.
- Bada-Carbajal, L. A.-T. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las mipymes agroindustriales. ResearchGate, 1106-1107.

- Barensen, L. y Gardner, H. (2004). Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader? *Leader to Leader*, 34, 43-50.
- Bense, S. (2021). El emprendimiento social como herramienta para cumplir los Objetivos del Desarrollo Sostenible y las oportunidades de fortalecer el ecosistema de las empresas sociales: Los casos de México y Alemania. Tesis para obtener el grado de Maestría en Relaciones Económicas Internacionales y Cooperación. Zapopan, Jalisco.
- Boutillier, S., y Uzunidis, D. (2014). The Theory of the Entrepreneur: From Heroic to Socialized Entrepreneurship. *Journal of Innovation Economics y Management*, (2), 9-40.
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future—Call for Action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294.
- Bustelo, M. (1999). Diferencias entre evaluación e investigación: una distinción necesaria para la identidad de la evaluación de programas. *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, 4, 9-29.
- Cabrera, C. A., y Rodríguez, C. Y. (2018). Teoría del comportamiento planificado e intención de emprendimiento en estudiantes: un análisis de ruta. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT7409.pdf>.
- Campero, E. (2015). Las cadenas productivas como fuente de oportunidades para emprendedores en el medio rural. *Ingeniería Solidaria*. Doi: <http://dx.doi.org/10.16925/in.v11i18.993>.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Londres: Ed. Henry Higgs.
- Cantillon, R. (1775). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio*. París: Mark Thornton.
- Carrillo-Rodríguez, L. A., Aponte-Jaramillo, E., y Gruesso-López, L. J. (2019). Aglomeración económica y vocación económica local en la Región Pacífico de Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2, 236-250.
- Cataño, J. F. (2013). La economía clásica actual. Eduardo Allen Bolaños: Lecciones de teoría clásica de los precios. Scielo. <http://www.scielo.org.co/pdf/ceco/v33n62/v33n62a14.pdf>.
- Cavazos Carmona, C. C., Zerón Félix, M., y De la Garza Cárdenas, M. H. (2021). Intención de emprender socialmente en estudiantes de universidades públicas de la frontera norte de México. *REDIECH*. file:///C:/Users/DATA/Downloads/521665144014.pdf.
- Cayeros Altamirano, S. E., Robles Zepeda, F. J., y Soto Ceja, E. (2016). Cadenas productivas y cadenas de valor. Conacyt.
- Cohen, E. (1984). Sociología del turismo: enfoques, problemas y hallazgos. *Revista Anual de Antropología*, 10, 373-392.
- Coraggio, J. (2001). *Economía social y solidaria: el trabajo antes que el capital*. Quito: Abya Yala.
- Coraggio, J. L. (2001, diciembre). Economía del trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre. Seminario Internacional Sobre Economía Y Espacio. Conferencia presentada en el Panel Fronteras de la Teoría Urbana: CGE, Incertidumbre y Economía Popular.

- Cortés Navajas, M., López-Cózar Navarro, C., y Priede Bergamini, T. (2015). Una propuesta de evaluación participativa mediante la aplicación de métodos de gestión empresarial.
- Covarrubias Ramírez, R. (2019). *Entre el turismo y el puerto: Una evaluación de la vocación turística de Manzanillo, Colima, México*. Colima: Universidad de Colima. <http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/10399/Turismo-y-vocacion-CapVRC-IO-IM-IZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Cuvillier, O., Pirianov, G., Kleuser, B., Vanek, P. G., Coso, O. A., Gutkind, J. S., y Spiegel, S. (1996). Suppression of Ceramide-Mediated Programmed Cell Death by Sphingosine-1-Phosphate. *Nature*, 381(6585), 800-803.
- Da Ros, G. S. (2007). Economía solidaria: aspectos teóricos y experiencias. *Unircoop*, 5(1), 9.
- De Egremy (1982). Vocación. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/21903/capitulo3.pdf>.
- de López, M. M., Marín, F., Smith, H., y Lovera, M. I. (2008). Municipio innovador, un modelo para el desarrollo local sostenible. *Multiciencias*, 8, 130-136.
- Dees, J. G. (2016). *Social Entrepreneurship: A Modern Approach to Social Value Creation*. Pearson.
- Defourny, J., y Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. *Ciriec-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 6-34.
- DENUE (2023). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper y Row.
- Edinson Jayro Poma-Hidalgo, H. C.-R.-C.-G. (11 de julio de 2022). Digital Publisher. <file:///C:/Users/acer/Downloads/Dialnet-DisenoDeUnModeloDeCadenaDeValorParaLosAgronegocios-8549547.pdf>.
- Engels, F. (1884). La familia. El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado, 41-105.
- Enríquez, I. (2017). El análisis marxista de la economía mundial y los estudios sobre el desarrollo. Scielo. <https://www.scielo.org.mx/pdf/izta/v38n82/2007-9176-izta-38-82-00199.pdf>.
- Esau, A., y Figueroa, S. (2022). Democracia sexual, significaciones y desigualdad en Gran Concepción, Chile. *Revista Mexicana de Sociología*, 84(1), 65-97.
- Espinosa, C. A. (3 de marzo de 2021). Vocación económica local, eje para detonar la calidad laboral en Aguascalientes. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Vocacion-economica-local-eje-para-detonar-la-calidad-laboral-en-Aguascalientes-Martin-Orozco-20210303-0004.html>.
- Figueroa-Silva, E., y León-Aravena, J. (2023). Vocación productiva y realidad productiva territorial: el caso de la Provincia de Arauco, Chile, 2021. *Población y Desarrollo*, 29(56), 31-44.
- Fletcher, J. E. (1989). Análisis de insumo-producto y estudios de impacto del turismo.

- Anales de Investigación Turística*, 16, 514-529. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90006-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90006-6)
- Fondo Monetario Internacional (FMI) (11 de abril de 2023). GDP, Current Prices. Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/CMQ/NMQ/WEO WORLD>.
- Fritsch, M., y Wyrwich, M. (2016). Does Persistence in Start-Up Activity Reflect Persistence in Social Capital? En *Handbook of Social Capital and Regional Development* (pp. 82-107). Edward Elgar Publishing.
- Gaiger, L. I. (2003). A economia solidária diante do modo de produção capitalista. *Caderno CRH*, 16(39).
- Gehisy (20 de 11 de 2016). Herramientas para análisis de contexto: cadenas de valor de MC Kinsey Porter. *Calidad y ADR*. <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-de-contexto-cadenas-valor-mc-kinsey-porter/>.
- Girón, A., y Beltrán, L. D. (2025). The Driver for Innovation, Financing, and the Business Cycle¹. *Innovation in Capitalist Economies: Crises, Challenges and Opportunities*, 11.
- Gobierno de México (2021). Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/inafed/es/articulos/la-vocacion-productiva-es-el-motordel-desarrollo-economico-en-los-gobiernos-locales?idiom=es>.
- Gobierno del Estado de Jalisco (26 de noviembre de 2021). Sube Guadalajara cuatro puestos en el ranking de competitividad; Puerto Vallarta se mantiene en segundo lugar. Consulta pública. Gobierno del Estado de Jalisco. <https://jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/136246>.
- Gómez Hinojosa, C., Amaya Molinar, C. M., y Mundo Velásquez, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla. Chiapas. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145101004>
- González-Cobián, M. F., Vázquez-Rueda, L., Ledesma-Hernández, S., y Torres-Chávez, M. G. (2022). Caracterización de la cadena productiva de aguacate de la micro región de Xalisco, Nayarit. Estudios sociales. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 32(59).
- Granovetter, M. S. (1973). La fuerza de los lazos débiles. *Revista Americana de Sociología*, 78(6), 1360-1380.
- Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social. Revisión de literatura. Scielo. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v24n109/v24n109a05.pdf>.
- Hernández, J. (s. f.). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas U de G. <https://www.unisc.br/site/sidr/2008/textos/63.pdf>.
- Hidalgo, A. (2004). Teorías y modelos de la idea de desarrollo: los cinco cánones. *Cooperación al desarrollo y bienestar social* (págs. 175-233). Oviedo: Eikasía Ediciones.
- Huízar Sánchez, M. D. L. A., López Ramos, J. L., y Baños Francia, J. A. (2020). La modernización de Puerto Vallarta. ¿Renovación urbana o turistificación asistida?
- IIEG (2019). Indicadores económicos, Puerto Vallarta. IIIEG. https://iieg.gob.mx/ns/?page_id=19724.

- IIEG (8 de junio de 2022). Cifras de empleo formal en Jalisco en mayo de 2022 por sector de actividad económica. IIEG. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2022/07/Ficha-informativa-empleo-imss-junio-por-sector-20220706.pdf>.
- IIEG (9 de diciembre de 2020). Producto Interno Bruto de Jalisco en 2019. IIEG. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2020/12/Ficha-informativa-Producto-Interno-Bruto-Estatal-2019-20201209.pdf>.
- IMD (15 de febrero de 2022). Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial. https://www.imd.org/wp-content/uploads/2023/02/all_criteria_list_wcy_2022.pdf.
- INEGI (2022). Producto interno bruto por entidad federativa 2021. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/PIBEF/PIBEF.pdf>.
- INEGI (26 de mayo de 2022). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>.
- INEGI (26 de mayo de 2023). Producto Interno Bruto. Cifras desestacionalizadas por grupo de actividades económicas. Base 2018. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>.
- INEGI (31 de marzo de 2023). Indicadores de ocupación y empleo. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/enoen/enoen2023_03_b.pdf.
- INEGI (9 de diciembre de 2021). Producto Interno Bruto por entidad federativa, para Jalisco en 2020. Comunicado de prensa núm 733/21. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/pibe/PIBE_JALISCO_2020.docx#:~:text=Durante%202020%2C%20la%20econom%C3%ADa%20de,producto%20total%20de%20la%20entidad.
- Instituto de Información de Estadística y Geográfica de Jalisco (8 de junio de 2022). Cifras de empleo formal en Jalisco en mayo de 2022 por sector de actividad económica y municipio. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2022/06/Ficha-informativa-empleo-imss-mayo-por-sector-20220608.pdf>.
- Instituto Mexicano para la Competitividad (mayo de 2023). Índice de Competitividad Estatal 2023. Imco. <https://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-estatal-2023/>.
- Lezcano-Fleires, J. C., Miranda-Tortoló, T., Oropesa-Casanova, K., Alonso-Amaro, O., Mendoza-Beretervide, I., y León-Hidalgo, R. (2021). Caracterización de la situación agroproductiva de una finca campesina en Matanzas, Cuba. *Pastos y Forrajes*, 44.
- Martínez, M. S. (2015). La economía social y solidaria. Una mirada desde la teoría y práctica. Universidad Iberoamericana.
- Medina del Valle, A., y Armas Arévalos, E. (2022). Vocación productiva artesanal en la Comunidad P'urehépecha de Cherán K'eri y su importancia para el desarrollo comunitario. *Horizontes Territoriales*. Unach. <https://horizontesterritoriales.unach.mx/index.php/Revista/article/view/16>.
- Meleán-Romero, R., y Torres, F. (2021). Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexiones sobre su génesis. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 131-146.
- Menchero Sánchez, M. (2015). Propuesta y diseño de un sistema de información turís-

- tica para centros colombianos: Estudio de caso del centro histórico de La Candelaria (Bogotá).
- Menoya Zayas, D., Gómez Ceballos, D., Pérez Hernández, D., y Cándano Viñas, L. (2017). Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística. Pinar del Río. Scielo. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145101004>.
- Michael, E. (1990). Porter. The Competitive Advantage of Nations.
- Miguel, S. L. (2022). Desempeño del número de empleos en tiempos de covid-19 en dos estados mexicanos con distinta vocación económica. *Revista De Métodos Cuantitativos Para la Economía y La Empresa*, 33, 14-28. <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/5217>.
- Miranda, A., Yugar, V., y Gutiérrez, I. (2017). Atlas de vocaciones y potencialidades Productivas de Bolivia. Bolivia.
- Nowak, L., Thach, L., y Olsen, J. E. (2006). Wowing the Millennials: Creating Brand Equity in the Wine Industry. *Journal of Product and Brand Management*, 15(5), 316-323. <https://doi.org/10.1108/10610420610685712>
- Ostrom, E. (1990). *Gobernar los bienes comunes: la evolución de las instituciones para la acción colectiva*. Cambridge University Press.
- Palma Galván, F., Palma López, D. F., Pérez Rodríguez, E. J., y Ulloa Ramírez, J. (2007). Las políticas de vivienda y su impacto en el empobrecimiento del trabajador. Estudio de caso región Chalco. En *Desarrollo sustentable en regiones rurales y periféricas*.
- Pérez Cervera, L. T., López Ruiz, K. A., Robert Arias, J. L., y Hernández García, H. (2017). Las artesanías como una vocación económica en el municipio de Tahdziú. Puebla: Ecorfan. <https://lc.cx/0zYpiE>.
- Pérez Cruz, O. A. (2018). Análisis de la cadena productiva del arándano en México y Chile. *PORTES, Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 12(23), 31-62. https://www.researchgate.net/publication/327605755_Analisis_de_la_cadena_productiva_del_arandano_en_Mexico_y_Chile.
- Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*. Nueva York: Farrar y Rinehart.
- Prats, J., y Fernández, R. (2017). ¿Es posible una explicación objetiva sobre la realidad social? Reflexiones básicas e imprescindibles para investigadores noveles. *Didacticae. Revista de Investigación en Didácticas Específicas*, (1), 97-110.
- Qualitas (2022). Turismo. Doctrina Qualitas. <https://cursosdeturismoonline.es/teoria-de-la-modernizacion/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20cobr%C3%B3%20importancia%20en,de%20estos%20pa%C3%ADses%20m%C3%A1s%20ricos>.
- Quenta Vallejos, W., y Delgado Álvarez, J. L. (2016). Certificación de la vocación productiva del Centro Poblado Fernández Alonzo de la sección Municipal Cuarta de la Provincia Santiesteban del Departamento de Santa Cruz (disertación doctoral).
- Quevedo Reyes, Y., Portela Peñalver, L., Cabrera Álvarez, E. N., y Mata Varela, M. D. L. C. (2021). Sostenibilidad de cadenas productivas: precisiones teóricas. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 461-470.
- RAE (2014). Productivo. RAE. <https://dle.rae.es/productivo>.

- Razeto, L. (2001). De la economía popular a la Economía de solidaridad en un proyecto de desarrollo alternativo. Santiago de Chile. Programa de Economía de Trabajo.
- Richer, M. (2001). *Economía social y economía solidaria*. Venezuela: Cayapa.
- Romo, E. A., Ortega, J. L. C., y Sánchez, R. E. (2016). Comercio informal en el desarrollo turístico en la región de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas. Examen de tendencias del turismo en el umbral del siglo *xxi*, 167.
- Say, J. B. (1803). *Traité D'économie Politique, ou Simple Exposition de la Manière Dont se Forment, se Distribuent, et se Composent les Richesses*. París: A.A. Renouard.
- Secretaría de Economía (s. f.). Puerto Vallarta: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública. Data México. Secretaría de Economía. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/puerto-vallarta>.
- Sierra Márquez, A. K., Ramos Pérez, L. E., y Zubiría Lara, M. F. (2021). Impacto socioeconómico y cultural del turismo de sol y playa en el Golfo de Morrosquillo 2016-2020. *Tendencias*, 22(2), 239-263.
- Sierra-Suárez, L. P., Collazos-Rodríguez, J. A., Sanabria-Domínguez, J., y Vidal-Alejandro, P. (2017). La construcción de indicadores de la actividad económica: una revisión bibliográfica. *Apuntes del CENES*, 36(64), 79-107.
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>.
- Terán, E., y Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>.
- Tintaya Condori, P. (2016). Orientación profesional y satisfacción vocacional. *Revista de Psicología*, 15, 45-58. ISSN 2223-3032.
- Vence, X., y López Pérez, S. d. J. (2021). Tributación para una economía circular: nuevos instrumentos, reformas y cambios arquitectónicos en el sistema fiscal. *Sustainability*, 13(8), 4581. <https://doi.org/10.3390/su13084581>.
- wcy (2 de mayo de 2023). World Competitiveness Ranking. A Comprehensive Annual Report and Worldwide Reference Point on the Competitiveness of Global Economies. <https://www.imd.org/centers/wcc/worldcompetitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>.
- Weerawardena, J. Y. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*.
- Zendejas-Manzo, G. S., Ávalos-Flores, H., y Soto-Padilla, M. Y. (2014). Microbiología general de *Staphylococcus aureus*: Generalidades, patogenicidad y métodos de identificación. *Revista Biomédica*, 25(3), 129-143.

Sobre los autores

Elba Martina Cortés Palacios

Doctora en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional, con maestría y licenciatura en Administración por la Universidad de Guadalajara. Desde hace más de 15 años es profesora-investigadora adscrita al Departamento de Estudios Administrativo Contables, donde ha impartido cátedra y desarrollado proyectos en el ámbito de la innovación y el emprendimiento. Es integrante del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conahcyt), con perfil Nivel I, y cuenta con reconocimiento PRODEP. Lidera el Cuerpo Académico CA-1109 Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo, destacándose por impulsar la vinculación académica. Ha participado activamente como miembro fundador de la Red de Vinculación DELFIN y de la Red Nacional de Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria, redes clave en el fortalecimiento del ecosistema académico y social. Su trayectoria incluye líneas de investigación enfocadas en la gestión de ecosistemas y ambientes organizacionales para la innovación y el emprendimiento, con aportaciones significativas en estos campos. Además de su labor académica, ha contribuido con publicaciones en capítulos de libros, artículos y conferencias relacionadas con sus áreas de expertise.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1988-8068>

Google Scholar: <https://scholar.google.com.mx/citations?user=IeXIH2kAAAJ&hl=en>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Elba-Palacios>

José Luis Bravo Silva

Doctor en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional, maestro en Administración y licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Guadalajara (UdG). Es profesor de tiempo completo asociado, adscrito al Departamento de Estudios Administrativo Contables del Centro Universitario de la Costa (CUCosta), donde imparte diversas asignaturas relacionadas con el emprendimiento e innovación en programas educativos de la Universidad de Guadalajara. Ha desempeñado roles clave como director del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor del CUCosta y representante del campus en la Red de Centros de Emprendimiento e Innovación de la Universidad de Guadalajara, así como del NODESS OCEANOSS en la Red Nacional de Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria. Su principal línea de investigación, “Innovación y emprendimiento para el desarrollo”, se refleja en su labor como investigador nacional Nivel I del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y en su contribución al fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación. Cuenta con reconocimiento del Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) y certificaciones en emprendimiento e innovación bajo la Norma CONOCER, consolidando su trayectoria académica y profesional en el ámbito de la innovación y el desarrollo emprendedor.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0044-9014>

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&pli=1&u ser=asW06oEAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Jose-Bravo-12>

Carlos Felipe Camba Pérez

Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Guadalajara, con Maestría en Administración de Negocios y Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje, además de una Licenciatura en Contaduría Pública, todas por la Universidad de Guadalajara. Es profesor-investigador adscrito al Departamento de Estudios Administrativo Contables, donde contribuye al desarrollo académico y profesional de sus estudiantes en diversas áreas de su especialidad. Su principal línea de investigación se centra en finanzas conductuales y está vinculada al Cuerpo Académico CA-1109 Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo, fortaleciendo la generación de conocimiento en este campo y su aplicación práctica en contextos organizacionales y educativos. Es miembro activo del Colegio de Contadores Públicos

Costa Vallarta de Jalisco A.C., así como de la Red de Vinculación DELFIN y de la Red Nacional de Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria, participando en actividades que promueven la actualización profesional y el intercambio de experiencias en el ámbito contable y financiero.

ORCID: 0000-0003-2027-3340

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=CI6GYGYAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Felipe-Camba-Perez>

Vocación y cadenas productivas de las
industrias de Puerto Vallarta, como punto
de partida para la identificación de oportunidades
de emprendimiento e innovación social de Elba Martina
Cortés Palacios, Carlos Felipe Camba Pérez y Jose Luis Bravo
Silva publicado por Ediciones Comunicación Científica, S. A. de C. V.,
se terminó de imprimir en diciembre de 2024, en los talleres de Ultradigital
Press, S. A. de C. V., Centeno 195, Col. Valle del Sur, 09819, Ciudad de México.
El tiraje fue de 300 ejemplares impresos y en versión digital para acceso
abierto en los formatos PDF, EPUB y HTML.

El territorio es un escenario complejo donde los retos económicos y sociales se entrelazan con la organización productiva. Esta obra analiza cómo la dinámica económica de Puerto Vallarta puede transformarse en una plataforma para el emprendimiento y la innovación social, una economía en crecimiento que ha generado oportunidades, pero también desafíos para los sectores más vulnerables.

En sus páginas, se desglosan temas cruciales como la distribución geográfica de las unidades económicas, las cadenas productivas y los factores que determinan la vocación económica de la región. A través de un instrumento de investigación original, se estudian dimensiones clave como las aptitudes regionales y el potencial de redes de colaboración productiva. Por otro lado, presentamos los resultados de un muestreo a 376 empresas locales que ofrecen un panorama detallado sobre las redes de actores económicos y sus interrelaciones, proporcionando mapas claros para identificar oportunidades económicas.

Este libro no sólo ofrece un análisis profundo del contexto local, sino que también presenta herramientas prácticas para emprendedores, académicos y responsables de políticas públicas. Es una guía metodológica que inspira acciones para fortalecer el desarrollo económico y fomenta iniciativas de economía social y colaborativa. Una lectura esencial para quienes buscan transformar los retos en oportunidades y contribuir al progreso sostenible de sus regiones particulares.



Elba Martina Cortés Palacios es Doctora en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional. Investigadora del SNII, nivel I. Lidera el Cuerpo Académico CA-I 109 Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo. Líneas de investigación: Gestión de ecosistemas y ambientes organizacionales para la innovación y el emprendimiento.



Carlos Felipe Camba Pérez es Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Línea de investigación: Finanzas conductuales, que está vinculada al Cuerpo Académico CA-I 109 Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo.



José Luis Bravo Silva es Doctor en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional. Director del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor del CUCosta. Investigador del SNII, nivel I. Línea de investigación: Innovación y emprendimiento para el desarrollo.



Dimensions

RENIECYT
Registro Nacional de Instituciones
y Empresas Científicas y Tecnológicas
2000922



DOI.ORG/10.52501/CC.258



**COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA** PUBLICACIONES
ARBITRADAS
HUMANIDADES, SOCIALES Y CIENCIAS
www.comunicacion-cientifica.com



9 786072 628045