2013

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO



GUADALAJARA
JALISCO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO

FONATUR
MÉXICO UN GRAN DESTINO

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PIENSA Y TRABAJA



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

GUADALAJARA
JALISCO

JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo

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

Lic. José Salvador Sánchez Estrada
Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña
Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón
Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA
Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL
Director General

DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO

MTRO. JORGE ARISTÓTELES SANDOVAL DÍAZ

Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco

Lic. Jesús Enrique Ramos Flores

Secretario de Turismo del Estado de Jalisco

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

MTRO. ITZCÓATL TONATIUH BRAVO PADILLA

Rector de la Universidad de Guadalajara

Dr. Salvador Gómez Nieves

Director General del Proyecto



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

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

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

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

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

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

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

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

CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo
México, D.F., febrero de 2014



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como "la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios". A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa[1] de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

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

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

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

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

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

DESTINOS TURÍSTICOS

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

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

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

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

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

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

¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.

- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.

- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.

- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apega a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.

- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo qué estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.

- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.

- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.

- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.

- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.

- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.

- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.

- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.

- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.

- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

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

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

Contenido

PRÓLOGO 1

RESUMEN EJECUTIVO 7

DIAGNÓSTICO 16

1. PERFIL SOCIOECONÓMICO 16

1.1. De la población 16
1.1.1. Acceso a seguridad social 17
1.2. Instrucción escolar 17
1.2.1. Migración y población indígena 17
1.2.2. Población con capacidades diferentes 18

1.3. Desarrollo social 18

1.4. Dinámicas económicas 21
1.4.1. Sector turismo 21

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL 23

2.1. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos 24

2.2. Aspectos culturales 25
2.2.1. Museos 26
2.2.2. Monumentos 26
2.2.3. Zonas Arqueológicas 27
2.2.4. Gastronomía 28
2.2.5. Eventos de interés turístico 28
2.2.6. Artesanías 29
2.3.1. Barranca del Río Santiago 30
2.3.2. Bosque La Primavera 33
2.3.3. BENSEDI 34
2.3.4. Cerro Viejo 34

2.4. Diversificación de la oferta turística 35

2.5. Recursos y atractivos turísticos en el entorno de la ZMG 36
2.5.1. Tequila y el Paisaje Agavero 37
2.5.2. Tapalpa Pueblo Mágico 37
2.5.3. Ribera de Chapala 38

3. OFERTA DE HOSPEDAJE 39

3.1. Servicios de alojamiento 39
3.1.1. Ocupación 41
3.1.2. Proyecciones de crecimiento del sector 42

4. OFERTA COMPLEMENTARIA 44

4.1. Servicios de alimentos y bebidas 44
4.1.1. Centros de diversión nocturna 44

4.2. Servicios complementarios 45

5. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO 47

5.1. Mercado laboral del sector turístico en Jalisco 47

5.2. Perfil y formación del prestador de servicios en la ZMG 48

5.3. Profesionalización y capacitación 52
5.3.1. Programa de Certificación de Competencia Laboral 53

6. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA 54

6.1. Normatividad turística en el contexto nacional 54
6.1.1. Normatividad turística en el contexto estatal 56
6.1.2. Normatividad turística desde el ámbito local 56

6.2. Gestión pública del turismo en el contexto internacional 57

6.3. Gestión del turismo en el ámbito local 59
6.3.1. Gestión desde el sector público 59
6.3.3. Iniciativas ciudadanas de promoción al turismo 62

6.4. El turismo, una actividad multisectorial 63

7. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD 65

7.1. La infraestructura de México en el contexto global 66
7.1.1. La infraestructura de Jalisco en el contexto nacional 67

7.2. Infraestructura aeroportuaria 69
7.2.1. Jalisco en cifras 69
7.2.2. Conectividad aérea de Guadalajara 69
7.2.3. Transporte aeropuerto–ZMG 72

7.3. Infraestructura carretera 73

7.3.1. Paisajes escénicos y turismo carretero 74

7.4. Conectividad carretera de la ZMG 74
7.4.1. Oferta de transporte foráneo en la ZMG 76

7.5. Infraestructura ferroviaria 78
7.5.1. Trenes turísticos 79
7.5.2. Trenes de alta velocidad 80

7.6. Movilidad 81
7.6.1. Transporte y movilidad en la ZMG 81

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA 86
8.1.1. Agua potable, saneamiento y tratamiento de aguas residuales 86
8.1.2. Manejo de residuos sólidos 88
8.1.3. Áreas verdes 90

9. PROTECCIÓN TERRITORIAL 91

9.1. Ordenamiento territorial 92

9.2. Imagen urbana como activo turístico 93

10. PROTECCIÓN AMBIENTAL Y PAISAJE 96

10.1. Áreas Naturales Protegidas en la ZMG y su incorporación al turismo 96
10.1.1. Bosque La Primavera 96
10.1.2. BENSEDI 97
10.1.3. Barranca del Río Santiago 99
10.1.4. Cerro Viejo 99

10.2. La incorporación del paisaje como activo turístico 99
10.2.1. El paisaje en el contexto internacional 99
10.2.2. El paisaje en la escala local 100

11. MERCADO TURÍSTICO 102

11.1. El mercado turístico de México 102

11.2. Comportamiento de la demanda en el contexto estatal 103

11.3. La ZMG y su mercado de turismo 104
11.3.1. Fidelidad del turista 105

12. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 107

12.1. Promoción turística en el contexto nacional 107

12.2. Estrategia de promoción turística en Jalisco 108
12.2.1. La promoción desde el ámbito local 109
12.2.2. Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara 111

12.3. Comercialización turística 111
12.3.1. TIC's y comercialización turística 111

13. TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO 114

13.1. Las TIC's en México y su contexto global 114

13.2. Las TIC's y la competitividad turística 115

13.3. Retos de la aplicación de las TIC's en la actividad turística 117

13.4. Principales aplicaciones de las TIC's en el turismo 118
13.4.1. Aplicaciones móviles 118
13.4.2. Fuentes de información geográfica 118
13.4.3. Códigos QR 120

13.5. Aplicación de TIC's a la actividad turística de la ZMG 120
13.5.1. Redes sociales 121

14. SEGURIDAD EN EL DESTINO 122

14.1. Seguridad pública en Jalisco 123
14.1.1. Delitos del fuero común 123
14.1.2. Delitos de alto impacto social 125
14.2. Seguridad por regiones 126

14.3. Seguridad en la ZMG 127
14.3.1. Percepción ciudadana sobre la calidad de vida 127
14.3.2. Victimización 129
14.3.3. Homicidios dolosos 132

14.4. Perspectivas de seguridad 133

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: 134

PRÓLOGO

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

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

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

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

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

En el caso de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), es fundamental continuar promoviéndola como un destino de turismo de negocios y de reuniones, pero también pensar en ofrecer otras opciones de visita (como el turismo recreativo, el turismo salud, por nombrar algunas modalidades) para captar una demanda diversificada, desestacionalizada y multimotivacional. Así mismo, en virtud de la inversión tan cuantiosa que se destinó a la infraestructura en los pasados XVI Juegos Panamericanos Guadalajara 2011, que permitió contar con instalaciones de primer mundo, es importante aprovecharlas para impulsar también el turismo deportivo.

Indiscutiblemente que esta metrópoli tiene mucho que ofrecer: arquitectura, gastronomía, folklore, eventos programados, etcétera. De que es muy rica en atractivos, no hay duda, pero más que pensar en promoverlos, se requiere voltear la mirada hacia la infraestructura y los servicios tan deficientes con que cuenta la ZMG.

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

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

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

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

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

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

En resumen, el diagnóstico situacional de la ZMG, que se incluye en las ACDT, se encuentra estructurado en 14 apartados.

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

La quinta parte, relativa al factor humano, analiza el perfil y formación del prestador de servicios, así como otros temas relacionados con la profesionalización y capacitación en el sector turístico de México.

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

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

El séptimo punto, denominado accesibilidad y movilidad, se reflexiona de forma estratégica acerca de la infraestructura de México en un contexto global y bajo el proceso del *benchmarking*. En el estado de Jalisco y en particular en la ZMG, se hace un examen crítico de la infraestructura aeroportuaria, carretera y ferroviaria, así como de su sistema de transporte y de movilidad. En el octavo apartado, se estudia la infraestructura básica del destino así como el territorio y la sustentabilidad ambiental del mismo. Por su parte, en el noveno y décimo punto se analiza la relevancia en la implementación de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) como instrumento en el ordenamiento territorial para su posterior incorporación al turismo.

En relación al undécimo punto, se investiga sobre los mercados turísticos de México, del estado de Jalisco y de la ZMG. En lo que concierne a la décima segunda parte, se aborda la promoción y comercialización turística, así como las estrategias que al respecto se siguen en la ZMG.

En la décima tercera parte, se analiza el papel de las TIC´s en México en un ambiente global y bajo el proceso también del *benchmarking*, así como la aplicación de estas tecnologías en la actividad turística. Es innegable que la ZMG no está preparada para ofrecer los productos y servicios turísticos que demandan los turistas, prueba de ello son el servicio de taxis que ofrece esta urbe, sin aire acondicionado ni Sistema de Posicionamiento Global (GPS por sus siglas en inglés), por poner un ejemplo. En este punto, se pone de manifiesto el desconocimiento existente sobre las nuevas formas de comunicación, las nuevas tecnologías y los nuevos sistemas de información más empleados por los turistas para ubicar y visitar lugares, identificar los costos de los servicios, consultar el estado del tiempo, conocer las actividades que pueden realizar, entre otros aspectos. Para el desarrollo de nuevos productos turísticos, es vital el saber cómo actúan y se comportan los viajeros en determinadas situaciones.

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

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

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

conectividad de los transportes aéreo y terrestre, el posicionamiento del destino en cuanto a las TIC's, la variedad o suficiencia de productos turísticos con valor agregado, la calidad y diversidad de la oferta de hospedaje, alimentación y esparcimiento, el cuidado ambiental de playas, ríos, lagunas y ANP, el ordenamiento ecológico, la diversificación de los mercados, el alcance de las campañas publicitarias y medios de promoción, el uso de las marcas Pueblo Mágico o Ciudad Patrimonial, la existencia de agencias mayoristas que promocionen y comercialicen el destino, el marco regulatorio estatal y municipal, la coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios, así como la percepción de los viajeros sobre problemas como el comercio ambulante y la inseguridad, etcétera.

La tercera cuestión a clarificar con este estudio, es la delimitación de los competidores turísticos de Guadalajara. En el contexto nacional, es inequívoco que la capital del estado de Jalisco tiene que equipararse con las ciudades metropolitanas más sobresalientes del país, como la Ciudad de México y Monterrey; mientras que en el ámbito internacional debe compararse, por qué no, con aquellos lugares reconocidos por su buen funcionamiento urbano y su atracción turística, como Curitiba en Brasil, Madrid y Barcelona en España, y hasta, Londres en Inglaterra, por citar algunas.

RESUMEN EJECUTIVO

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

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

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

En resumen, el diagnóstico situacional de la ZMG se fundamenta en 14 apartados, los cuales se analizan de manera general en los siguientes puntos:

RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

En este factor se identifica y reflexiona sobre el potencial de los recursos naturales y culturales, con el propósito de saber qué se tiene que hacer para adaptar, mejorar o crear nuevos productos turísticos que cubran las necesidades de los turistas reales y potenciales.

En lo que respecta a los recursos culturales, el destino de ZMG es reconocido a nivel mundial por tres símbolos significativos, a saber: el mariachi, el tequila y la charrería. La ZMG tiene mucho que ofrecer a los turistas: arquitectura, museos, gastronomía, folklore, centros artesanales por excelencia (Tlaquepaque y Tonalá) y eventos programados. En esto último, se caracteriza por ser sede de muy importantes acontecimientos y festivales culturales como la Feria Internacional del Libro (FIL), el Festival de Cine de Guadalajara y el Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería.

En relación a los recursos naturales, destaca la Barranca del Río Santiago, al ser un lugar de gran valor paisajístico que cuenta con una importante cantidad de activos, como cascadas, cañones, cuerpos de agua y cavernas, entre otros.

El que esta metrópoli tiene una gran riqueza natural y cultural, no hay duda; sin embargo, es clara su escasa atracción y satisfacción turística. Una prueba de ello son las pocas visitas que realizan los viajeros nacionales y extranjeros a cada uno de los 34 museos que ofrece la ZMG. De ahí que los proyectos de inversión propuestos se orientan al aprovechamiento turístico de aquellos recursos en los que se tiene ventajas comparativas, esto mediante la puesta del valor de dichos recursos, que a su vez diversificarán la oferta de productos turísticos.

OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

La ZMG cuenta con 22,574 cuartos de hospedaje disponibles. La mayor parte de estos se ubican en el municipio de Guadalajara (65.9%), seguido de Zapopan (19.8%). En lo que respecta a los servicios de alimentos y bebidas, el mayor número de negocios se localiza también en Guadalajara y Zapopan.

Los principales problemas que muestra la oferta de servicios turísticos, se concentran en la carencia de actividades atractivas que permitan extender la corta estancia de los turistas, misma que no excede las tres noches en promedio (2.2 noches para los nacionales y 2.6 noches para los extranjeros). Además, el turismo recreativo en la ZMG no logra despegar, pese al crecimiento que ha tenido la

oferta hotelera en los últimos años; lo más preocupante es que este segmento pierde cada vez más presencia en el mercado de viajeros a la metrópoli. Esta situación no favorece en nada a la desestacionalización de la actividad turística, pues el turismo de fin de semana tampoco se ha consolidado.

PERFIL SOCIOECONÓMICO

Un aspecto clave aquí es la situación actual de determinados factores socioeconómicos. Al 2010, la ZMG registraba un poco más de 4.4 millones de habitantes, la mayor parte de ellos viviendo en Guadalajara y Zapopan. El Índice de Desarrollo Humano de esta zona nos indica que dichos municipios tienen los mejores indicadores de bienestar y calidad de vida, es decir, una mayor cobertura de servicios educativos, empleo, salud, acceso a agua potable, así como buenas condiciones de la vivienda. No obstante, existen áreas marginadas, sobre todo en las periferias y en otros municipios metropolitanos, las cuales carecen de los servicios básicos. Aunado a ello, un porcentaje significativo de la población de esta zona se encuentra en situación de pobreza alimentaria (Guadalajara 14% y Tlaquepaque 28%).

Guadalajara tiene una vocación empresarial y comercial, mientras que Zapopan se ha enfocado en crear importantes parques industriales y centros comerciales. En lo que respecta a la actividad turística, ésta aportó un total de 24,100 millones de pesos en el 2010, lo que representó el 3.1% del total generado por la economía estatal en dicho año.

FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

En esta parte, relativa al factor humano, se analiza el perfil y la formación del prestador de servicios turísticos, así como temas relacionados con la profesionalización y capacitación de las personas que laboran en el sector turístico. Así pues, del total de los trabajadores del sector turístico en la ZMG, más de la mitad laboran en establecimientos de alimentos y bebidas; en una menor proporción están los servicios de hospedaje.

El número de instituciones públicas y privadas de educación superior en el ramo es suficiente para satisfacer las necesidades de recursos humanos que demanda esta actividad en la metrópoli; sin embargo, paradójicamente los centros educativos, por lo general, no logran proporcionar entre sus profesionistas una formación suficientemente creativa, innovadora y estratégica que exige la fuerte

competencia turística a nivel nacional e internacional. Aunado a este problema, en la ZMG existe un reducido número de empresas turísticas certificadas y con personal calificado.

MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

En este punto se revela la necesidad de un verdadero cambio en la gobernanza del turismo, esto en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, que no sólo se responsabilice de las acciones de promoción y comercialización de la ZMG, sino que también se aboque a gestionar nuevos productos y atracciones turísticas, como infraestructura y equipamiento urbano que sirva para hacer más competitivo al sector. En el caso de los municipios de la ZMG, se detecta que no existe la visión metropolitana como ámbito de decisión y gestión conjunta. Ante el crecimiento del área conurbada de la ciudad de Guadalajara, la competitividad del destino dependerá de la creación de mecanismos que garanticen su gobernabilidad, como un organismo intermunicipal o una comisión metropolitana para regular la actividad turística, sugerir propuestas de actuación comunes e implantar un modelo de turismo basado en la experiencia, donde el visitante sea atraído por la amplia oferta de actividades y atractivos.

Entre los principales problemas que muestra este factor, se encuentran: el bajo presupuesto federal, estatal y municipal asignado al desarrollo y fomento al turismo (menos del 1% en cada nivel de gobierno); ningún municipio metropolitano cuenta con un programa sectorial de turismo actualizado; la mayoría de ellos no incluyen a la actividad turística en sus planes de desarrollo, y sólo algunos tienen reglamento de turismo.

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

En este apartado se reflexiona de forma estratégica y crítica acerca de la infraestructura aeroportuaria, carretera y ferroviaria, así como del sistema de transporte y movilidad de México, del estado de Jalisco y en particular de la ZMG.

En el caso del Aeropuerto Internacional de Guadalajara Miguel Hidalgo, éste cuenta con facilidades y servicios necesarios que le permiten atender adecuadamente a la demanda de pasajeros actuales. Sin embargo, en esta terminal aérea, que ocupa el tercer lugar nacional en movimiento de pasajeros, la infraestructura y los servicios que ofrece no compiten con los aeropuertos más

vanguardistas del mundo, ya que no proporcionan comodidad y confort al pasajero.

Por su parte, la infraestructura carretera de Jalisco se considera apropiada, tanto por la calidad del paisaje natural que se ofrece, como por las facilidades y servicios que dispone: sanitarios, centros de consumo, módulos de información y señalización. Pese a lo anterior, sólo el 10% de las carreteras se encuentran pavimentadas.

La oferta ferroviaria se limita a dos trenes turísticos de corto trayecto que promueven la herencia cultural del estado, se trata de: Tequila Express y José Cuervo Express.

En materia de transporte y movilidad, los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tonalá, Tlaquepaque y Tlajomulco tienen importantes problemas de circulación del transporte debido a la saturación de vías, particularmente en el centro histórico de la capital del estado; además, los flujos de transporte hacen recorridos lentos con altos consumos de combustible que contribuyen a contaminar el entorno. En general, predomina un uso excesivo del transporte privado, una oferta deficiente del transporte público, y una estructura vial que no toma en cuenta las necesidades de los ciclistas y peatones. Por último, son limitadas las opciones que se tienen en cuanto al transporte público y a las rutas de autobuses.

TERRITORIO Y SUSTENTABILIDAD

En cuanto al tema del territorio y sustentabilidad, la mayor parte del suelo del municipio de Guadalajara está urbanizado, ocupado por asentamientos humanos que se han ido extendiendo a los municipios colindantes. En lo que respecta a Zapopan y el resto de los municipios de la ZMG, una mínima parte de su territorio es suelo urbanizado, ya que la mayor superficie es para uso agrícola. En lo que a suministro de agua potable se refiere, los municipios mejor abastecidos son Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopán. La capital del estado tiene una cobertura de agua del 95%; mientras que el municipio más rezagado es Tonalá con el 81%. En lo referente a la red pública de drenaje, destaca Guadalajara con el 95% de cobertura. En promedio, el 85% de las viviendas de la ZMG cuentan con este servicio.

En síntesis, la ZMG no cuenta con un sistema de tratamiento de aguas residuales que cubra el 100% de las descargas. La infraestructura, el equipamiento y la

educación ambiental son insuficientes para llevar a cabo un manejo integral de desechos sólidos. Hay una carencia en la aplicación de planes, programas y normatividad vigente en la conservación y aprovechamiento sustentable de las Áreas Naturales Protegidas. Existe una falta de actualización y seguimiento de los planes de ordenamiento territorial. Así mismo, son deficientes los planes de manejo de certificación municipal en materia ambiental. Lo anterior no es compatible con los principios de la sustentabilidad y tampoco indica un ordenamiento del territorio equilibrado.

MERCADO TURÍSTICO

En este apartado se investigan los mercados turísticos de México, del estado de Jalisco y en especial de la ZMG. Esta zona es la más visitada de Jalisco, pues recibe casi el 50% del turismo que llega al estado de Jalisco; su principal problemática es la dependencia del turismo estadounidense.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La promoción turística de la metrópoli está a cargo del Fideicomiso de Turismo de la ZMG y el brazo ejecutor es la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara (OFVC). Entre los principales problemas en materia de promoción y comercialización turística, es que los municipios que integran la ZMG no trabajan de manera sinérgica; además que sus estrategias son austeras, costosas y de corto alcance a los mercados potenciales. Incluso, hay una desatención en el uso de las TIC’s en la comercialización de los destinos, prueba de ello es que ni siquiera existe una página de Internet, con dominio propio, en donde se proporcione información turística completa de la metrópoli.

TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

La ciudad de Guadalajara tiene un programa denominado “GDL libre”, que consiste en acceso gratuito a Internet en distintos espacios públicos. Hasta el momento, este proyecto cubre 127 puntos, los cuales incluyen lugares turísticos por excelencia, como el centro histórico, el paseo Chapultepec, plazas públicas y jardines. En el resto de los municipios metropolitanos aún no implementan programas similares.

Por otra parte y pese a que en América Latina, México es el segundo país, en cuanto a número de consumidores de *smartphone* se refiere (después de Brasil), hay un desaprovechamiento del uso de las TIC´s en la actividad turística, pues en la ZMG se carece de proyectos tecnológicos estratégicos por parte de las dependencias gubernamentales y las empresas privadas del ramo que apoyen el sector turístico.

SEGURIDAD

El problema de la inseguridad en Jalisco se ha incrementado desde hace casi ocho años en los delitos del fuero común, tales como los robos a bancos. Referente a homicidios dolosos, también estos han aumentado, por lo que existe una mala percepción sobre la seguridad pública entre los ciudadanos y una desconfianza en las instituciones de seguridad y de administración de justicia. Además, existe una correlación entre las zonas con mayor índice delictivo y las zonas que frecuentan los turistas, tales como plazas públicas, jardines, instituciones bancarias, museos y espacios de acceso libre a internet.

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

PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIORITARIOS PARA LA ZMG

El diagnóstico situacional sobre la competitividad turística de la ZMG, se acompaña de una cartera de proyectos prioritarios, para algunos resulta muy ambiciosa porque requiere de cuantiosas inversiones para la rehabilitación, por ejemplo, de sus Centros Históricos, en especial para la remodelación de fachadas, la introducción de nuevo equipamiento urbano, la recuperación de espacios desordenados y desvalorizados (como el mercado San Juan de Dios y la Plaza de los Mariachis) y de áreas deterioradas y abandonadas (como la Calzada Independencia), la habilitación de calles para el peatón, un cambio en el modelo de transporte público en el centro de la ciudad, que haga frente al cada vez más caótico tráfico vehicular, la implantación de nuevas atracciones turísticas de gran singularidad y prestigio, la implementación de actividades de ocio donde la autenticidad y la diversificación del producto turístico sea el principio fundamental.

Este portafolio busca también destrabar ciertos proyectos olvidados, como el *Paseo Alcalde-16 de Septiembre*, y apoyar otros proyectos en proceso, como la *Ciudad Creativa y Digital* (en el parque Morelos) y los Centros Históricos de Guadalajara, Zapopan y Tonalá.

En términos generales, la propuesta consiste en establecer un Fondo de Inversión de Fomento al Turismo de la ZMG, orientado principalmente a rehabilitar y rescatar espacios físicos de potencial interés turístico (como *los Barrios Tradicionales de Guadalajara*); cuyo capital será cuatripartita y estará destinado a apoyar la generación de nuevos productos de alto impacto turístico y social, el fortalecimiento de la economía local, así como la promoción de la convivencia ciudadana en espacios públicos renovados. En otras palabras, por cada peso que invierta la SECTUR, otro peso será destinado por la SECTURJAL, otro por los gobiernos municipales y otro por los particulares beneficiados con las obras y servicios.[1] Es innegable que este fondo permitiría aumentar la inversión en el sector turístico, así como reactivar las economías locales y la generación de empleos formales. Conviene no olvidar que los Centros Históricos de Guadalajara y de Tonalá, son los más perjudicados de la ZMG, por el problema del comercio ambulante.

Durante la pasada administración estatal (2007-2013), la SECTURJAL invirtió aproximadamente 100 millones de pesos en la Ruta del Peregrino, misma que hasta el momento, no ha dado los resultados prometidos desde las perspectivas turística y socioeconómica. Si esta dependencia pública destinó esta cantidad en este proyecto de turismo religioso, por qué el gobierno de Jalisco no presupuesta la misma cantidad de 125 millones de pesos cada año, mismos que en un lustro generarían un total de 2,500 millones de pesos, tomando en cuenta que será en cuatro partes. En este sentido, esta sería posiblemente, la inversión en fomento turístico más cuantiosa que la SECTURJAL haya captado para el estado durante una administración gubernamental.

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

1. Corredor Turístico “Barranca”

2. Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara

3. Centro Gastronómico y de Culturas Populares “Santa María del Pueblito”

[1] Esto último fundamentado en los Reglamentos de los Consejos de Colaboración Municipal vigentes en los municipios de la ZMG. Véase por ejemplo, el Reglamento para el Funcionamiento del Consejo de Colaboración Municipal de Tonalá. Recuperado de: http://proton.ucting.udg.mx/dpto/maestros/mateos/tonala/regconse.htm

4. Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara
5. Museo de Ciencia y Tecnología
6. Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá
7. Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan
8. Centro de Visitantes y Eventos Especiales “Palacio de Gobierno” (FONATUR)
9. Museo del Mariachi, Tequila y Charrería (FONATUR)
10. Hotel Temático y Plaza Multiusos “El Centenario” (FONATUR)
11. Corredor Gastronómico – Hotelero “Lafayette” (FONATUR)

Sin duda, este portafolio de proyectos aterrizaría en oportunidades reales de inversión pública (sea federal, estatal o municipal) y privada, cercana a la citada cantidad que atraería el fondo en un periodo de cinco años. No obstante, existen riesgos políticos asociados a algunos proyectos, como la *Rehabilitación de los Centros Históricos de Guadalajara y Tonalá* y el *Corredor Calzada Independencia*, por lo que se recomienda que en ellos se establezcan acciones dirigidas a socializarlos, esto es, que mediante el diálogo se construyan acuerdos entre los actores sociales involucrados.

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

DIAGNÓSTICO

1. PERFIL SOCIOECONÓMICO

El abordar la situación que guardan los factores socioeconómicos de la ZMG permite entender no sólo las relaciones y dinámicas que se articulan en el territorio, sino también por qué la ciudad tiene sus particularidades, usos y costumbres tan bien enraizadas.

1.1. De la población

Los municipios que actualmente integran la ZMG cuentan con diversas características que en conjunto potencializan a la gran urbe. Así, según el Censo de Población y Vivienda 2010, la cantidad de población ascendió a 4.4 millones de habitantes (véase Tabla 1.1.), siendo Guadalajara el municipio más poblado, con cerca de 1.5 millones de tapatíos; en contraste Juanacatlán se mostró como el municipio con el menor número de habitantes. Las proyecciones indican que para el año 2013 la población oscilará en 4.6 millones habitantes, con una extensión territorial de 2 mil 734 km^2; por lo cual la densidad de población se estima en mil 622 habitantes por km^2 (INEGI, 2010).

TABLA 1.1. Población de la ZMG por municipio, 2010

Municipio	No. de habitantes
Guadalajara	1’495,189
Zapopan	1’243,756
Tlaquepaque	608,114
Tonalá	478,689
Tlajomulco de Zuñiga	416,626
El Salto	138,226
Ixtlahuacán de los Membrillos	41,060
Juanacatlán	13,218
Total	**4’434,878**

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI (2010).

Es importante mencionar que entre el resto de zonas metropolitanas del país, Guadalajara como es sabido, ocupa el segundo lugar en total de habitantes, sólo después de la Ciudad de México. Además, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la ZMG presenta un porcentaje de población casi equitativo en cuanto a género: hombres 49% y 51% mujeres (INEGI, 2010).

1.1.1. Acceso a seguridad social

Los servicios de salud indican que del total de habitantes de la ZMG, 63.6% son derechohabientes y, aunque es una relación por encima de la mitad, la realidad es que este servicio debería cubrir al conjunto de la población. Por otro lado, un dato que confirma la vocación comercial y de servicios que tiene la ZMG, es el porcentaje de población derechohabiente del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) ya sea federal o su versión estatal, que indica que solamente 3.9% de la población está empleada en la función pública (INEGI, 2010).

1.2. Instrucción escolar

El grado promedio de escolaridad de la ZMG es de 8.9 años, de lo que se deduce que la población, en su mayoría, cuenta únicamente con formación a nivel de secundaria. Por su parte, un 24% de los habitantes ha cursado al menos un grado de educación superior, por lo que existe una cierta predominancia también de recurso humano sin estudios universitarios.

En cualquier caso, sigue habiendo contrastes y diferencias notables en el área educativa en la ZMG. Diversos indicadores ponen de manifiesto que sigue existiendo la necesidad de trabajar de forma más contundente para mejorar las desigualdades que prevalecen en la urbe. A pesar de que los primeros años de formación académica son esenciales, un alarmante 41.8% de la población de entre 3 a 5 años no asiste a la escuela. En el rango de 6 a 11 años, ese porcentaje es del 3.2%, y un 8.5% en el estrato de niños entre 12 y 14 años.

El analfabetismo sigue estando presente en la ZMG. De hecho, un 2.2% de la población entre 8 y 14 años no sabe leer ni escribir, lo que explica por qué un 2.6% de la población mayor de 15 años es analfabeta. Esto sin duda propone un reto importante para ZMG, debiéndose subsanar estas deficiencias para poder ser más competitivos y así brindar mejores servicios a la población y sus visitantes (INEGI, 2010).

1.2.1. Migración y población indígena

De acuerdo con indicadores de migración del INEGI, los cuales permiten entender la dinámica que envuelve a la ZMG, un 82.8% de su población es originaria de la misma zona, y sólo un 0.8% de los residentes son de otro país.

Por otra parte, el porcentaje de hogares censales indígenas es bajo en esta metrópoli, con únicamente el 1.0%. Los indígenas además de ser una minoría en el territorio urbano, como esta urbe, tienen poca participación, situación que dificulta su inserción (INEGI, 2010).

1.2.2. Población con capacidades diferentes

Esta población representa un 3.2% de los habitantes de la zona de estudio (INEGI, 2010). Desde diversos organismos gubernamentales se han instrumentado programas que toman cada vez más en cuenta a las personas con capacidades diferentes, como diversas campañas de inserción laboral, así como la mejora y adaptación de las infraestructuras a este colectivo. Sin embargo aún queda mucho por hacer, y no puede perderse de vista que las mejoras en la metrópoli orientadas a las personas con capacidades diferentes favorecen también su uso por parte de los visitantes que tengan las mismas características físicas.

Se puede decir que en toda la ZMG la integración de las personas con capacidades diferentes aún es incipiente, pues la ciudad, desde el punto de vista del territorio, es un ente discriminador. El mal estado de las banquetas y alcantarillas, el rezago de puentes peatonales seguros[2], canales de agua a cielo abierto, falta de señalamientos preventivos, poca educación cívica y vial, entre muchos otros factores, hacen que la cotidianidad urbana de las personas con baja visión, problemas auditivos y de movimientos sea toda una odisea.

1.3. Desarrollo social

Considerando el Índice de Desarrollo Humano (IDH), como indicador de bienestar y calidad de vida, la situación que guardan los municipios estudiados responde a un nivel de desarrollo humano alto. Teniendo como mayor valor posible 1, en todos los casos el IDH es mayor a 0.8. El municipio de Zapopan es quien encabeza la lista (véase Tabla 1.2.).

Con respecto a los niveles de desempeño municipal en los ámbitos social, económico, institucional y ambiental, los resultados son positivos, aunque con algunas diferencias. Por ejemplo, en el Índice de Desarrollo Municipal 2011[3], los municipios de la ZMG reportan un índice *muy alto y alto* (véase Tabla 1.3.). Las

[2] Seguros desde el punto de vista del equipamiento urbano, pero seguros para la integridad de los peatones.

[3] El índice de Desarrollo Municipal mide el desempeño gubernamental a través de cinco variables que contemplan el esfuerzo tributario, la transparencia, la participación electoral, número de empleados municipales per cápita y de seguridad.

primeras ocho posiciones son ocupadas por Guadalajara, Puerto Vallarta, Zapopan, Ocotlán, Tlajomulco de Zúñiga, Zapotlanejo, El Salto y Tepatitlán de Morelos; cuatro de estos municipios dentro de la ZMG.

TABLA 1.2. IDH por municipio en la ZMG, 2009

Municipio	IDH	Posición estatal (125)
Zapopan	0.8906	1
Guadalajara	0.8882	2
Tlaquepaque	0.8471	5
Tlajomulco de Zúñiga	0.8353	9
Tonalá	0.8279	15
Ixtlahuacán de los Membrillos	0.8186	22
Juanacatlán	0.8134	25
El Salto	0.8093	28
Fuente: Elaboración propia con base en datos de PNUD (2009)		

TABLA 1.3. IDM por municipio en la ZMG, 2011

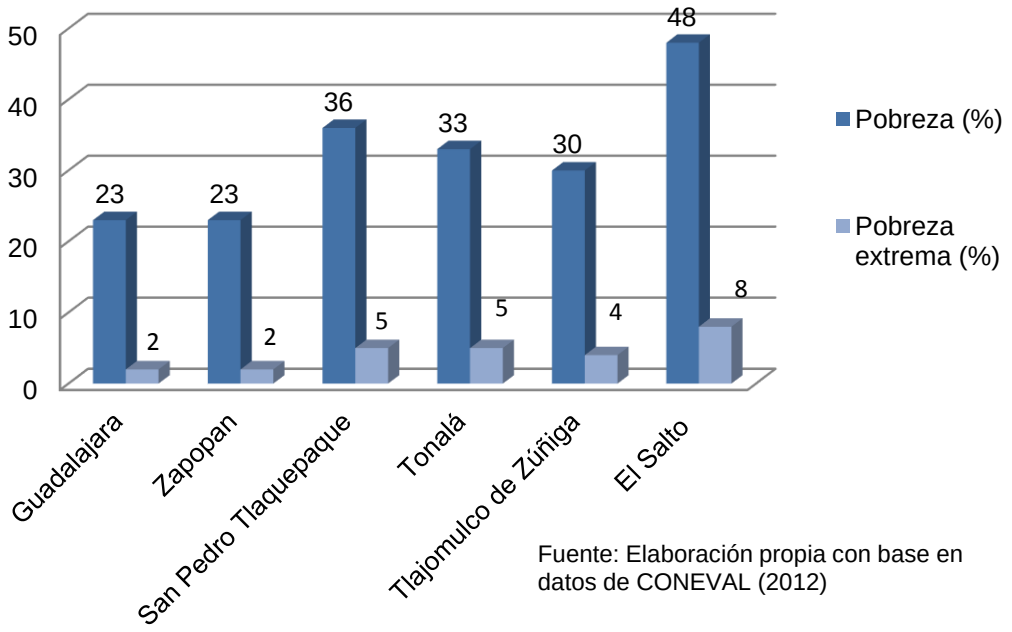
Municipio	IDM	Grado	Posición estatal (125)
Guadalajara	72.4	Muy Alto	1
Zapopan	69.1	Muy Alto	3
Tlajomulco de Zúñiga	65.1	Muy Alto	5
El Salto	64.7	Muy Alto	7
Tonalá	ND	Alto	ND
Ixtlahuacán de los Membrillos	ND	Muy Alto	ND
Juanacatlán	ND	Alto	ND
Tlaquepaque	ND	Muy Alto	ND
Fuente: Elaboración propia con base en datos de COEPO (2012).			

Con relación al Índice de Desarrollo Municipal–Social, seis municipios de la ZMG tienen un valor considerado *muy alto:* Guadalajara, Zapopan, Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá e Ixtlahuacán de los Membrillos; debido a su relativamente mayor cobertura en servicios educativos, de salud, así como por las condiciones y características de las viviendas habitadas. En definitiva, en cuanto al nivel de bienestar social, económico y de desarrollo humano, los cinco municipios mantienen un nivel de marginación *muy bajo*, dando cuenta de un grado de una calidad de vida aceptable, de acuerdo a los parámetros establecidos por las instituciones y organismos evaluadores (COEPO, 2012).

Durante el año 2010, las condiciones de pobreza y pobreza extrema en los habitantes de la ZMG alcanzaron los mayores porcentajes de la última década. La

problemática más alta se localiza en el municipio de El Salto, donde la pobreza y la pobreza extrema afectan respectivamente al 48% y al 8% de la población. El municipio de Guadalajara mantiene los niveles más bajos de la ZMG: un 23% en el caso del nivel de pobreza y un 2% de la población en situación de pobreza extrema. En Zapopan son del orden del 23% y 2%; Tlaquepaque tiene al 36% y 5% de su población bajo condiciones de pobreza y pobreza extrema. Finalmente, en Tonalá las personas bajo estas condiciones son el 33% y el 5% de la población total del municipio (véase Gráfica 1.1.).

GRÁFICA 1.1. Niveles de pobreza (%) en los habitantes de la ZMG por municipio, 2012



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

La pobreza alimentaria en la ZMG mantiene una gran prevalencia. Mientras que Zapopan es el municipio con menor porcentaje de pobreza alimentaria en un 14% de la población, Juanacatlán y Tlaquepaque presentan un alarmante 25% y 28%, respectivamente. En el municipio de Guadalajara este problema alcanza al 19% de la población, en Tonalá el porcentaje de pobres alimentarios llega al 24% de sus habitantes (CONEVAL, 2012). El tema del hambre visto desde las aristas de la disensión social exige soluciones, dadas sus diversas implicaciones de orden sanitario, de salud y económico; es un fenómeno que lacera la condición humana y coloca bajo diversos cuestionamientos el sistema social y económico actual.

1.4. Dinámicas económicas

El municipio de Guadalajara, como es de esperarse no alberga actividades del sector primario en su territorio; sin embargo, aglutina una gran cantidad de unidades económicas dedicadas al sector secundario y terciario. Por ejemplo, existen 678 empresas dedicadas al ramo de la construcción que emplean a 30 mil 985 empleados. El aumento significativo se da en la empresas enfocadas a la industria manufacturera siendo 8 mil 298 las unidades económicas que dan trabajo a 116 mil 095 trabajadores (INEGI, 2009).

Lo que realmente demuestra la vocación que tiene la ciudad es la cantidad de empresas dedicadas a comercio al por menor con 37,385 unidades, que dan trabajo a 129 mil 241 habitantes. Otro dato relevante es la disposición a ofrecer servicios a la educación que lo constituyen mil 196 unidades económicas constituidas por universidades, centros de educación de diferentes niveles de instrucción académica y de investigación, donde se emplean 16 mil 952 profesores e investigadores, administrativos y de mantenimiento (*Ibídem*).

Por su parte, Zapopan contiene en su territorio 12 parques industriales dedicados a la manufactura, empleando para su funcionamiento a 85 mil 951 trabajadores. La orientación comercial prevalece en este municipio con 14 mil 710 empresas dedicadas a esta actividad y 61 mil 645 empleados. Además, también existe un entramado de empresas mineras dedicadas a la extracción de algunos materiales geológicos como son: feldespatos, caolín y mármol, según datos de esta misma fuente (INEGI, 2009).

El resto de los municipios que integran la ZMG siguen este mismo patrón en las áreas manufacturera y de comercio al por menor, con cierta presencia industrial como es el caso del municipio de El Salto.

De entre las actividades del sector terciario, no cabe duda que el turismo es una de las actividades económicas más dinámicas y de mayores impactos en muchas regiones y comunidades del mundo. Los estudios que se han realizado para evaluar sus impactos en términos de crecimiento económico, arrojan resultados positivos. Esto es, hay una relación directa y positiva entre una mayor dinámica del turismo y un mayor crecimiento económico.

1.4.1. Sector turismo

Para una gran cantidad de estados de la República Mexicana, el turismo representa una importante actividad para sus economías. Empezando por Quintana Roo, donde representa el 48%, y Baja California Sur con cerca del 30%;

Nayarit, Guerrero y Sinaloa suponen entre el 13% y el 17%. Para cerca de diez estados de la República Mexicana, entre los que se encuentra Jalisco, significa entre el 5% y 10% en la generación de riqueza (SECTUR, 2010).

En el caso específico de Jalisco, considerando solamente el sector de servicios de alojamiento y preparación de alimentos, el turismo aportó un valor de 24 mil 100 millones de pesos en el año 2010 (INEGI, 2011), representando el 3.1% del valor total generado por la economía en ese año. Para 2012, una vez superada la crisis de 2007-2009, por la recesión económica sufrida y la contingencia ambiental, se estima que la aportación de esta actividad relacionada con los viajes al PIB estatal fue cercana al 5%, con un valor superior a los 30 mil millones de pesos corrientes.

Antes de la crisis mencionada, el turismo generaba cerca de 2.5 millones de empleos directos en el país (INEGI, 2009), aproximadamente el 6% de los empleos totales del país. Se estima que esta actividad genera alrededor de tres empleos indirectos por cada empleo directo, hecho que pone de manifiesto su importancia en términos de encadenamientos productivos con una gran cantidad de ramas y actividades económicas.

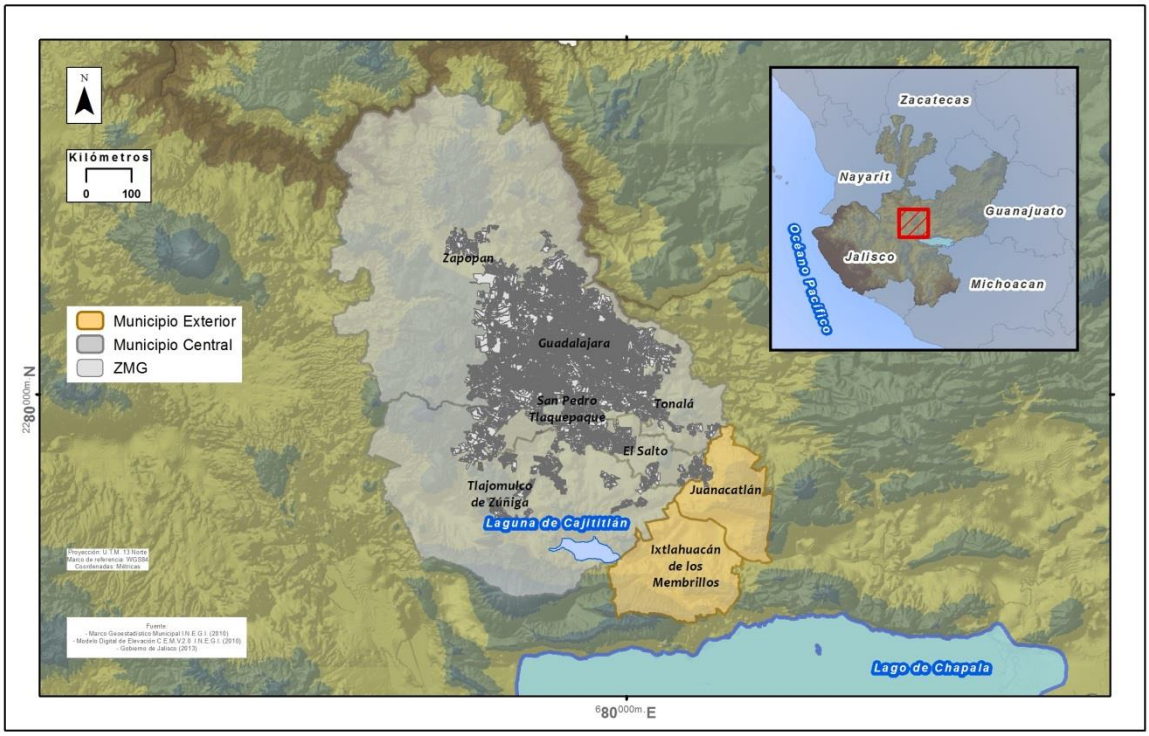
El turismo sobresale también en términos de productividad. De acuerdo con datos oficiales, la productividad promedio por trabajador era de 370 mil pesos, mientras que la media de la economía nacional fue de 265 mil pesos. Esto significa que un empleado de este sector es aproximadamente 40% más productivo con respecto al resto de sectores económicos. Sin embargo, en comparación con un trabajador del turismo en países como Estados Unidos o Francia, la productividad promedio de un empleado mexicano es apenas de un tercio con respecto a la de estos países (SECTUR, 2013a; INEGI, 2009).

A nivel de la economía local de los municipios turísticos, el impacto es aún mayor cuando el turismo constituye el principal motor del crecimiento, como ocurre en destinos como Cancún, Puerto Vallarta y Acapulco, por citar sólo algunos. Los efectos positivos del turismo se manifiestan, además, al evitar la emigración de la población local, fomentar el intercambio cultural entre regiones y países y la mejora del nivel socioeconómico de la población local, entre otros.

Debido a la innegable importancia económica del turismo en todos los niveles, es necesario propiciar las condiciones que garanticen su sustentabilidad y competitividad a futuro, dada su relevancia e impacto positivo en las condiciones socioeconómicas de quienes se benefician de la práctica turística.

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

La Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) está localizada en el estado de Jalisco y es la segunda urbe más poblada de México, después de la Zona Metropolitana del Valle de México. Actualmente, la ZMG es la región urbana resultante de la fusión del municipio de Guadalajara con otros siete municipios con los que comparte una conurbación en crecimiento, a saber: Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Tlajomulco de Zúñiga, El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos (véase Mapa 2.1.).



MAPA 2.1. Ubicación espacial de la ZMG

La ZMG forma parte de la Región XII Centro de Jalisco, según la regionalización comprendida en el Plan Estatal de Desarrollo 2030, y se encuentra ubicada en el Valle de Atemajac, al occidente de la capital mexicana. Colinda al Norte con San Cristóbal de La Barranca e Ixtlahuacán del Río; al Sur con los municipios de Chapala y Jocotepec; al Este con Zapotlán del Rey y Zapotlanejo; por último al Oeste con los siguientes municipios: Acatlán de Juárez, Tala, El Arenal, Amatitán y Tequila.

Al pertenecer a la zona fisiográfica del Eje Neo-volcánico Transversal, contiene en sus alrededores paisajes constituidos por accidentes geográficos con gran potencial turístico, como la Barranca del Río Santiago, el Bosque de La Primavera, el Cerro de Tequila, el Cerro del Cuatro y el Cerro de la Reina. Además, posee una importante cantidad y variedad de atractivos culturales que interesan o pueden interesar a visitantes de todas partes del país y del mundo.

2.1. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos

La oferta es la base principal del turismo, es el motor que fomenta la infraestructura básica y el desarrollo de esta actividad en los destinos. Se compone de todos los servicios, recursos y atractivos turísticos. Los primeros se refieren al conjunto de actividades económicas que demanda el sector: alojamiento, alimentos y bebidas, guías turísticos, agencias de viajes, etc. Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en *stock*. Por último, los atractivos turísticos, son aquellos recursos que disponen del equipamiento adecuado para el desarrollo de actividades turísticas.

Guadalajara es uno de los emblemas de México ante el mundo, la esencia del país no se podría explicar sin la aportación cultural de esta ciudad. La ZMG, por su parte, es más que cultura, tradiciones y edificios históricos, también cuenta con un patrimonio natural que hasta el momento no ha sido aprovechado para uso recreativo y turístico.

En la Encuesta Nacional en Viviendas sobre *Orgullos del Mexicano 2011*, realizada por la consultora Mitofsky a mil personas de todo el país en febrero de 2011, se preguntó a la población mexicana, entre otras cosas, de qué ciudad se sentían más orgullosos y de la que más presumirían en caso de viajar al extranjero. Los resultados revelaron que las ciudades de las que más orgullosos se sentían los mexicanos eran, por este orden: Guadalajara (9.3%), Ciudad de México (8.8%), Veracruz (7.1%), Acapulco (5.5%), Monterrey (4.8%), Morelia (4.7%), Cancún (3.6%), Oaxaca (3.6%), Mérida (3.1%), Guanajuato (2.5%) y Puebla (2.5%). Con base en lo anterior, es posible afirmar que la ciudad de Guadalajara está muy presente en el imaginario colectivo (Consulta Mitofsky, 2011).

2.2. Aspectos culturales

Las ciudades se hacen competitivas en base a sus símbolos significativos, por lo que no es de extrañar que Guadalajara sea mundialmente reconocida como centro del Mariachi, el tequila y la charrería, emblemas de la tradición mexicana. El alcance de estas expresiones ha sido bien aprovechado turísticamente como marca de destino. Además se ha declarado al Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta, como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad; esta proclamación supone un alto impacto en el espectro de las industrias culturales, lo que, específicamente, se hace notable cada año durante el Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería.

El tema de la cultura en Guadalajara representa un potencial que ya ha sido explorado por las autoridades de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco y de la Universidad de Guadalajara. El matiz cultural toma importancia con el nombramiento de esta ciudad como Capital Americana de la Cultura durante el año 2005. Cabe decir que los principales motivos por los que se otorgó dicho título fueron tres grandes proyectos para la ZMG, estos fueron, el Centro Cultural Universitario, el Museo Guggenheim y el Centro Cultural JVC. El primero y el tercero ya se han iniciado aunque no se han concretado, en cambio, hubo una cancelación del proyecto del Museo Guggenheim, el argumento presentado por las autoridades estatales fue la falta de recursos económicos por parte del gobierno federal y estatal.

La cultura es una noción que va más allá del inventario de atractivos culturales, comprende también la identidad de cada uno de los municipios que conforman la ZMG. En este sentido, la aportación de Guadalajara en la actualidad, es la oferta del arte y de actividades culturales, algunas incluso de talla internacional.

A continuación se mencionan de manera muy breve algunos de los activos culturales con los que cuenta Guadalajara, los cuales cuentan con potencial de ser aprovechados para diversificar la práctica turística en la ZMG.

La fe religiosa también juega un papel importante en los desplazamientos a Zapopan, como muestra la numerosa participación popular en la romería al santuario mariano de esta localidad. Relevante es también la afluencia turística a Cajititlán, en Tlajomulco de Zúñiga, durante la celebración de los Reyes Magos.

Sin embargo, estos lugares todavía no se han consolidado desde la perspectiva turística, ni tampoco otras manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial con potencial. En principio debe destacarse que tan sólo un número muy reducido de

expresiones tradicionales han sido registradas, por lo que la mayoría no han sido aún reconocidas por instancias oficiales para su impulso. En el Sistema de Información Cultural del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes: (CONACULTA), solamente se señalan tres prácticas relacionadas con la ZMG: el mariachi tradicional; la peregrinación a los tres santuarios marianos de Jalisco en Zapopan, Talpa de Allende y San Juan de los Lagos; y los silbatos de barro policromados y el barro *betus* de Tonalá.

Con respecto al patrimonio edificado, el centro histórico de la ciudad de Guadalajara se ha consolidado como un referente a visitar y conocer. Sin embargo, existe un sesgo claro en el posicionamiento turístico del Hospicio Cabañas -hoy Instituto Cultural Cabañas-, pese a ser el único monumento de la ZMG declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1997.

2.2.1. Museos

Según cifras de la Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco, este estado destaca como el segundo con mayor número de museos, con 114; sólo después del Distrito Federal (DF), el cual ocupa el primer lugar nacional con un total de 147 de estos espacios. En la ZMG se localizan 34 museos, de los cuales 22 se ubican en Guadalajara, seis en Zapopan, tres en Tlaquepaque, dos en Tonalá y uno en Tlajomulco de Zúñiga.

Es evidente que en el estado de Jalisco, y específicamente en la ZMG, no se ha explorado la opción de posicionar los atractivos culturales como un determinante de decisión para atraer turistas nacionales e internacionales. Aunque los museos representan sólo una parte de la infraestructura cultural de esta ciudad, la afluencia a estos recintos es reducida y sigue a la baja según datos oficiales de la Secretaría de Cultura y del Ayuntamiento de Guadalajara, debido a la escasa promoción y variedad de sus exhibiciones, así como al poco valor artístico de las mismas.

2.2.2. Monumentos

Los monumentos de la ZMG son aquellos bienes muebles o inmuebles protegidos que son patrimonio de la nación, y están declarados como tales en el Registro Público de Monumentos y Zonas Arqueológicos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), de acuerdo a la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos de México.

Los monumentos históricos son bienes vinculados con la historia de la nación; en la ZMG existen 176 monumentos de los cuales 115 se encuentran en Guadalajara, 19 en Zapopan, 15 en Tlaquepaque, 14 en Tlajomulco y 8 en Tonalá; así como cinco monumentos ubicados en Ixtlahuacán de los Membrillos y uno en El Salto.

Entre los monumentos históricos que destacan está la Estación El Castillo en el municipio de El Salto; la Casa de Indias localizada en el poblado de Cuexcomatitlán y el Templo de los Santos Reyes localizado en el poblado de Cajititlán (ambos en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga); el Parián y la Parroquia de San Pedro, en el municipio de Tlaquepaque; la Basílica de Nuestra Señora de Zapopan, en el municipio del mismo nombre. Entre los monumentos más representativos ubicados en el municipio de Guadalajara se encuentran, el Templo Expiatorio del Santísimo Sacramento, la Rotonda de los Hombres Ilustres, el Palacio Municipal, la Catedral de Guadalajara, el Ex-convento del Carmen, el Palacio de Justicia, Plaza Universidad, el Instituto Cultural Cabañas y el Teatro Degollado.

El Instituto Cultural Cabañas es un monumento histórico que alberga el Museo de Sitio y Obra de José Clemente Orozco. A pesar de la relevancia de este patrimonio cultural, su afluencia de visitantes ha descendido en los últimos años, en el 2009 se recibieron 178 mil personas y en el 2012 sólo 121 mil 992 arribaron a este lugar; la meta para 2013 es de 142 mil 334 visitantes (SEPAF, 2013).

2.2.3. Zonas Arqueológicas

El INAH tiene bajo su resguardo un total de 182 zonas arqueológicas, de las cuales tres se encuentran en el estado de Jalisco, dos de ellas en la ZMG: Ixtépete y El Grillo.

El Ixtépete es una de las zonas arqueológicas más importantes del Occidente del país, corresponde a la época prehispánica; consta de un templo mayor, ubicado al centro norte con cara al oriente de la ciudad. Tiene características de los grupos aztecas emigrados de Aztlán, el basamento principal guarda semejanza con la Pirámide del Sol de Teotihuacán.

La zona arqueológica El Grillo la conforman siete montículos con una altura aproximada de siete metros. En esta zona se encontraron un número importante de tumbas de fosa rectangular que datan del período 600 a 800 d.C. (CONACULTA, 2013).

Según datos oficiales proporcionados por el INAH, la zona arqueológica de Teotihuacán (en el Estado de México) fue el sitio que recibió la mayor cantidad de visitas, registrando 2 millones 182 mil 069, le siguió Chicen - Itzá (en el estado de Yucatán) con 1 millón 497 mil 673; en tanto que el Ixtépete (en el municipio de Zapopán) apenas recibió 15 mil 436. La afluencia turística a las zonas arqueológicas de la ZMG es baja en comparación con las antes citadas, debido a que no se han detonado como atractivo de interés para el turismo, además de su escasa promoción.

2.2.4. Gastronomía

La cultura de Guadalajara está ligada al aspecto culinario; los platillos forman parte de los hábitos cotidianos de los tapatíos y algunos de ellos se han dado a conocer en otras latitudes del territorio nacional. Los orígenes de la comida típica de Guadalajara se remiten a la fusión de dos culturas, la indígena y la española.

Los platillos distintivos de la cocina jalisciense son: el pozole, la birria, la torta ahogada y la carne en su jugo. Es de importancia resaltar la torta ahogada, la cual es casi un emblema gastronómico, ya que el "Birote" salado no se encuentra en ninguna otra parte del territorio nacional.

2.2.5. Eventos de interés turístico

En la ZMG se llevan a cabo grandes eventos y festivales culturales durante distintas épocas del año, mismos que no sólo atraen a sus habitantes, sino también a los turistas. A continuación se mencionan algunos eventos y festivales que atraen turistas nacionales de la región y del resto de la República Mexicana, incluso algunos son de reconocimiento internacional.

Las Fiestas de Octubre, es un evento con más de 40 años de antigüedad, en el que se presentan diferentes expresiones artísticas como conciertos, juegos mecánicos, los antojitos mexicanos, entre otras.

La Romería es una peregrinación realizada desde la Catedral Metropolitana de Guadalajara hasta la Basílica de Zapopan. A la cual, en el 2011, asistieron 1.5 millones de peregrinos, cifra que aumentó en el 2012, ya que logró atraer 2.5 millones de feligreses y para 2013 se esperan a poco más de 3 millones de asistentes, según datos del propio Ayuntamiento de Zapopan.

La Feria Internacional del Libro en Guadalajara (FIL), es la reunión editorial más importante de Iberoamérica con más de 27 años de antigüedad, fundada y

organizada por la Universidad de Guadalajara. Dicho evento registró en el último año alrededor de 700 mil asistentes.

El Festival del Cine en Guadalajara (FICG), es el encuentro cinematográfico más importante de Latinoamérica, en el que se presentan proyecciones locales, nacionales e internacionales de calidad.

El Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería en Guadalajara, mismo que está dividido en dos aspectos: el deportivo (charrería), con encuentros y competiciones de charros; y el musical, con conciertos y presentaciones de mariachis.

El Festival Cultural de Mayo, con exhibiciones de teatro, danza, literatura y muestras gastronómicas; presentaciones de conciertos, así como con exposiciones de pintura, escultura y cine. Estas actividades diversas son llevadas a cabo en espacios cerrados y al aire libre, por colectivos culturales originarios del país invitado.

2.2.6. Artesanías

En lo referente al sector artesanal, es un hecho que el comercio de artículos importados ha mermado considerablemente la actividad de los artesanos de la zona, viéndose muchos de ellos obligados a abandonar su oficio. Sin embargo, la revitalización del interés por las artesanías genuinas de tradición tonalteca y de Tlaquepaque representa un potencial importante, no sólo a nivel turístico, sino también en cuanto al desarrollo local; la posibilidad de despuntar en el ámbito artesanal es muy factible si se tiene en cuenta que Tlaquepaque se encuentra en la segunda posición de lugares más visitados de la ZMG, con un 25.6% de turistas nacionales y un 44% de turistas extranjeros, según datos de 2011, y el municipio de Tonalá ocupa la quinta posición, con un 11.8% de turistas nacionales y 9.0% de turistas extranjeros en ese mismo año (SECTURJAL, 2011). De igual manera, la riqueza gastronómica de la ZMG representa un potencial competitivo que aún no ha despuntado de forma planeada.

2.3. Aspectos naturales

Con relación a los recursos naturales, en los ocho municipios que integran la ZMG se pueden encontrar diversas Áreas Naturales Protegidas (ANP) con distintas categorías de salvaguarda, con planes y programas de manejo donde contemplan el fomento de actividades de recreación y turismo en un marco de sustentabilidad.

Bosques, barrancas, elevaciones, cañones, cuerpos de agua y paisajes pintorescos, entre otros, componen la amplia oferta natural de esta zona. La singularidad de los recursos naturales que se encuentran en las inmediaciones de la ciudad, hacen de ellos un activo con alto potencial de aprovechamiento (véase Mapa 2.2.).

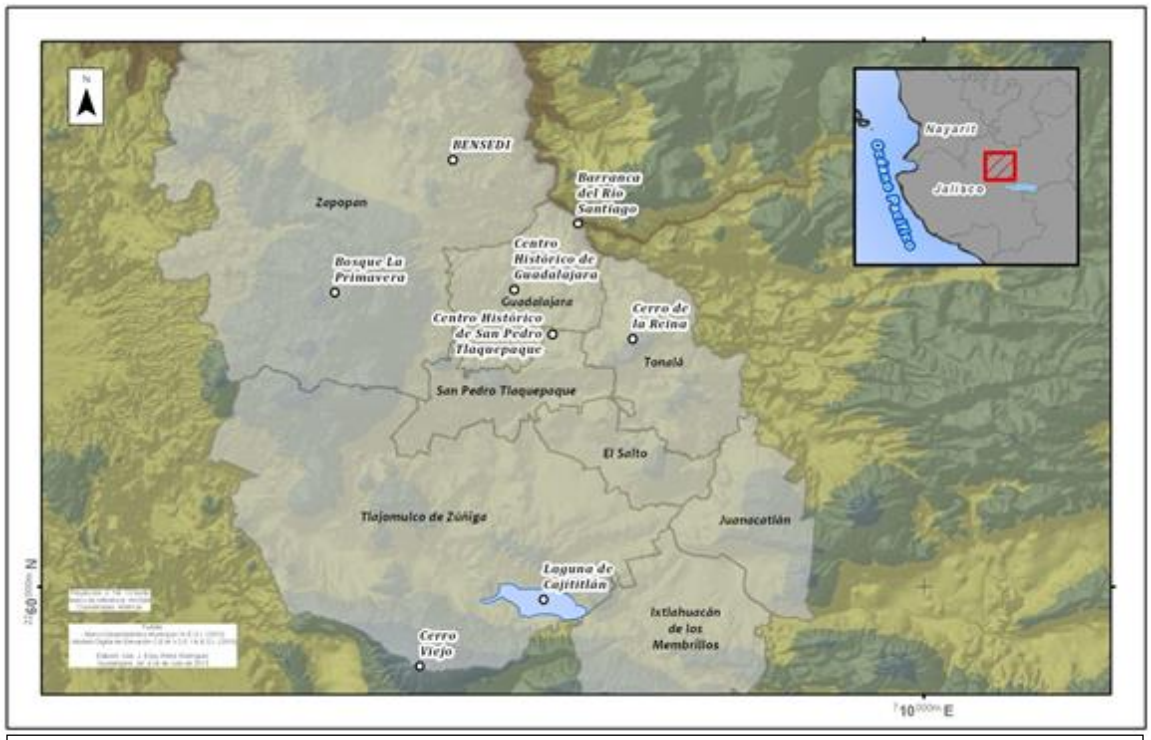
2.3.1. Barranca del Río Santiago

La *Barranca del Río Santiago* es un accidente geográfico originado por la erosión del río del mismo nombre, el cual comienza su curso en el Lago de Chapala y atraviesa parte del territorio jalisciense (Peniche y Guzmán, 2009). Después de pasar por el sitio conocido como el Salto de Juanacatlán[4], el río Santiago comienza a formar una serie de barrancas que bordean la ZMG, específicamente en los municipios de Tonalá, Guadalajara y Zapopan.

La Barranca es un impresionante murallón quebrado de tramo en tramo, por los boquetes que en su vertiente Norte han abierto los ríos que aportan sus aguas al Santiago. El panorama que se advierte frente a Huentitán, La Experiencia, San Cristóbal, es el de una cortina de roca cuyos pliegues casi horizontales compusieron, hace millones de años el fuego y el agua. El Santiago, "incansable zapador de la Barranca", espejea ostentoso para asombro de paseantes y turistas, análisis y estudio de geólogos y quebradero de cabeza de constructores de puentes, vías férreas, malacates y carreteras (Martínez, 1984).

La profundidad de los cañones que se han formado a lo largo del trayecto del Río Santiago, a partir del Salto de Juanacatlán, oscilan alrededor de los 40 metros en las partes bajas, mientras que los más hondos alcanzan los mil metros de fondo. Sobre los bordes de la zona conurbada de Guadalajara, el cañón alcanza una depresión promedio de poco más de 550 m (*Ibídem*). La barranca recibe diferentes nombres en su trayectoria, por lo que es conocida también como *Barranca de Huentitán, Barranca de Oblatos, Barranca de Ibarra*…, según la zona que atraviesa, pero todas ellas son el mismo accidente geográfico.

[4] Es una caída de agua que se localiza entre los municipios de El Salto y Juanacatlán.



MAPA 2.2. Localización de los recursos naturales con potencial de aprovechamiento turístico en la ZMG.

La *Barranca del Río Santiago* por sí sola representa un elemento natural de gran valor paisajístico. Son pocas las ciudades de gran tamaño como Guadalajara que pueden presumir de tener este tipo de maravillas naturales. Además del paisaje, en la barranca se encuentran una importante cantidad y variedad de recursos con potencial turístico que hasta ahora no han sido aprovechados convenientemente para su uso recreativo y turístico (véase Tabla 2.1.).

TABLA 2.1. Recursos con potencial turístico en la Barranca del Río Santiago (ZMG)

Recurso	Sitios	Ubicación	Observaciones
Cascadas	Las 7 cascadas	Tonalá	Sólo en temporada de lluvias
	Cola de Caballo	Zapopan	Dentro del Parque Mirador Dr. Atl
	La Soledad	Zapopan	Sobre cauce del Arroyo La Soledad
	San Lorenzo	Zapopan	Sobre cauce del Arroyo Milpillas
Miradores	Huentitán	Guadalajara	Barranca de Huentitán
	Parque Mirador Independencia Dr. Atl	Guadalajara	En este lugar se está edificando el Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Guadalajara (Museo Barranca)
	Parque Mirador Dr. Atl	Zapopan	Se encuentra bastante deteriorado, sin atención del gobierno municipal

Cuerpos de agua	Arroyo La Soledad	Zapopan	Tributario más limpio del Río Santiago
	Arroyo Milpillas	Zapopan	
	Géiseres de La Soledad	Zapopan	Localizados sobre el cauce del Arroyo La Soledad
Cañón	Cañón Azul Turquesa	Zapopan	Es el cañón formado por el Arroyo La Soledad
	Cañón del Río Santiago	Tonalá, Guadalajara y Zapopan	Accidente geográfico de alto valor paisajístico y medio ambiental para la ZMG
Elevaciones	Peñón de Los Camachos	Zapopan	Desde aquí es posible observar una panorámica de la barranca
Cavernas	Grutas de Los Camachos	Zapopan	**Comentarios**
Balnearios	Los Camachos *	Zapopan	Primer balneario de Guadalajara
	San José *	Zapopan	
	Huaxtla *	Zapopan	Negocio comunitario
Rutas (caminata, *Trekking*, senderismo)	Huentitán	Guadalajara	Barranca de Huentitán
	Oblatos	Guadalajara	Barranca de Oblatos
	Ixcatán – La Soledad – Huaxtla	Zapopan	También como ruta ciclista
Manifestaciones culturales e históricas	Puente de Arcediano	Guadalajara	Primer puente colgante de México
	Fiesta de los Tastoanes	Zapopan	En la localidad de Ixcatán
	Templo de Ixcatán	Zapopan	Construcción franciscana que data de 1580
	Templo de San Esteban	Zapopan	Construcción franciscana que inicia su construcción en 1691 y se terminó en 1726

* Balnearios de agua de manantial.
Fuente: Elaboración propia.

Esta barranca es un recurso de tal importancia, que se han creado instrumentos legales para su protección y conservación. El municipio de Guadalajara decretó el área como *Zona Sujeta a Conservación Ecológica*[5], mientras que el municipio de Zapopan le otorgó la categoría de *Área Municipal de Protección Hidrológica*[6]. A nivel federal existe una propuesta de decretar la Barranca del Río Santiago, junto la Barranca del Río Verde, como un Área Natural Protegida (ANP), sin que hasta ahora se formalice su instrumentación legal.

Es necesario destacar la problemática ambiental presente en la barranca. El Santiago es uno de los ríos más contaminados de México debido a las descargas domésticas e industriales que recibe por toda la cuenca; además, dichas descargas, en su mayoría, no son tratadas. Esta situación le resta potencial al río Santiago que, en su contexto natural, bien podría ser aprovechado con fines

[5] Decreto con fecha de 5 de junio de 1997.
[6] Decreto con fecha de 7 de octubre de 2004.

productivos y recreativos. A pesar de la condición del río, la barranca sigue teniendo un alto potencial de aprovechamiento turístico y recreativo, pero para ello necesitan implementarse políticas públicas encaminadas al saneamiento integral de la cuenca del Río Santiago, así como la implementación de proyectos productivos y turísticos que detonen el desarrollo local de la zona (véase Imagen 2.1.).



IMAGEN 2.1. Mosaico de atractivos turísticos en la Barranca del Río Santiago.

2.3.2. Bosque La Primavera

El Bosque La Primavera es una zona boscosa que se encuentra en el poniente de la ZMG y es considerado como el “Pulmón de Guadalajara”, debido a los servicios ambientales que brinda a la ciudad. Su extensión es de más de 30 mil hectáreas y ocupa territorio de los municipios de Zapopan, Tlajomulco de Zúñiga, Tala y El Arenal. Esta área natural cuenta con un decreto de protección a nivel federal bajo la categoría de *Área Natural Protegida de Flora y Fauna* desde el año 1980.

En el interior del bosque se encuentran numerosos sitios de interés para turistas y visitantes, tales como aguas termales, rutas de ciclismo y caminata, senderos, observación de flora y fauna, espacios para acampar, entre otros. Los servicios con los que cuenta el bosque son: guardabosques, talleres de educación ambiental, balnearios y un hotel –spa, por nombrar algunos.

2.3.3. BENSEDI

El Bosque El Nixticuil–San Esteban–El Diente (BENSEDI) es un área natural correspondiente al municipio de Zapopan. Se trata de un ANP con la categoría específica de *Área Municipal de Protección Hidrológica.* Dicha área está integrada por el Bosque El Nixticuil, uno de los bosques nativos del municipio, la Sierra de San Esteban y El Diente, una zona de rocas gigantes que por la peculiaridad de sus formas fueron nombradas como “el diente”, “la muela”, “el colmillo”, etc.

BENSEDI es un lugar donde se pueden practicar deportes extremos o en contacto con la naturaleza: como escalada, caminata, senderismo, entre otros. En sus alrededores también es posible degustar la gastronomía típica del Zapopan rural. Por su cercanía geográfica, social e histórica con la Barranca del Río Santiago, se puede integrar junto con ésta para crear rutas turísticas que pueden satisfacer las necesidades de distintos segmentos de turismo.

2.3.4. Cerro Viejo

El Cerro Viejo es la elevación no volcánica más alta de Jalisco con 2 mil 960 msnm, después del Volcán de Colima y el Nevado de Colima. Se localiza en el centro del estado de Jalisco, concretamente en los municipios de Tlajomulco de Zúñiga, Ixtlahuacán de los Membrillos, Jocotepec y Chapala. Por el Norte bordea la Laguna de Cajititlán, mientras que por el Sur colinda con el Lago de Chapala. Desde lo alto se puede apreciar la ZMG en un extremo y, por el otro, toda la Ribera de Chapala.

Este lugar tiene potencial para desarrollar actividades turísticas como: *downhill* (ciclismo de montaña), parapente, *trekking*, senderismo interpretativo, campismo, observación de flora, fauna y paisaje, entre otras actividades de turismo alternativo, cuya demanda está al alza actualmente. Sin embargo, la oferta de servicios para este mercado en términos formales y profesionales es aún muy escasa en la ZMG. Desafortunadamente, el valor ecológico, recreativo y paisajístico de Cerro Viejo sigue siendo escasamente conocido.

La vegetación del Cerro Viejo se compone de Bosque de Quercus, Bosque Mesófilo de Montaña, Bosque de Galería, Bosque Tropical Caducifolio y Bosque Espinoso. Así mismo, el área es rica en cuerpos de agua superficiales y subterráneos. Por su importancia biológica, el área de Cerro Viejo fue decretada

ANP bajo la categoría de *Área Estatal de Protección Hidrológica*[7] en 2013. Entre las acciones que marca el Programa de Manejo del ANP, se contempla el fomentar actividades recreativas y de turismo alternativo, además del fortalecimiento del equipamiento turístico. En concordancia con estas propuestas, también se establece que se deben desarrollar al menos dos proyectos productivos en cada comunidad con financiamiento de instituciones como la Secretaría de Turismo estatal (Gobierno del estado de Jalisco, 2013).

2.4. Diversificación de la oferta turística

Hasta el momento la ZMG se ha distinguido por ser un destino con una gran vocación comercial donde se llevan a cabo grandes eventos, negocios y convenciones. La metrópoli continúa en una tendencia creciente en lo referente a la organización y atracción de eventos culturales que ayudan a revitalizar muchos de sus espacios públicos. De hecho, no son pocos los distintos actores de la sociedad civil que ya promueven la difusión de su patrimonio cultural y el rescate de sus tradiciones locales, aunque este tipo de acciones van encaminados principalmente a la población local, dejándose de lado el importante derrame económico que se generaría si se lograra la afluencia también de visitantes foráneos.

La ZMG tiene recursos para poder ampliar los segmentos de viajeros que recibe actualmente, y para poder retener al mercado que ya tiene. La adecuada gestión entre el sector público, privado y social puede llegar a traducirse en la ejecución de grandes proyectos turísticos que posicionen a la zona en otros nichos competitivos de turismo.

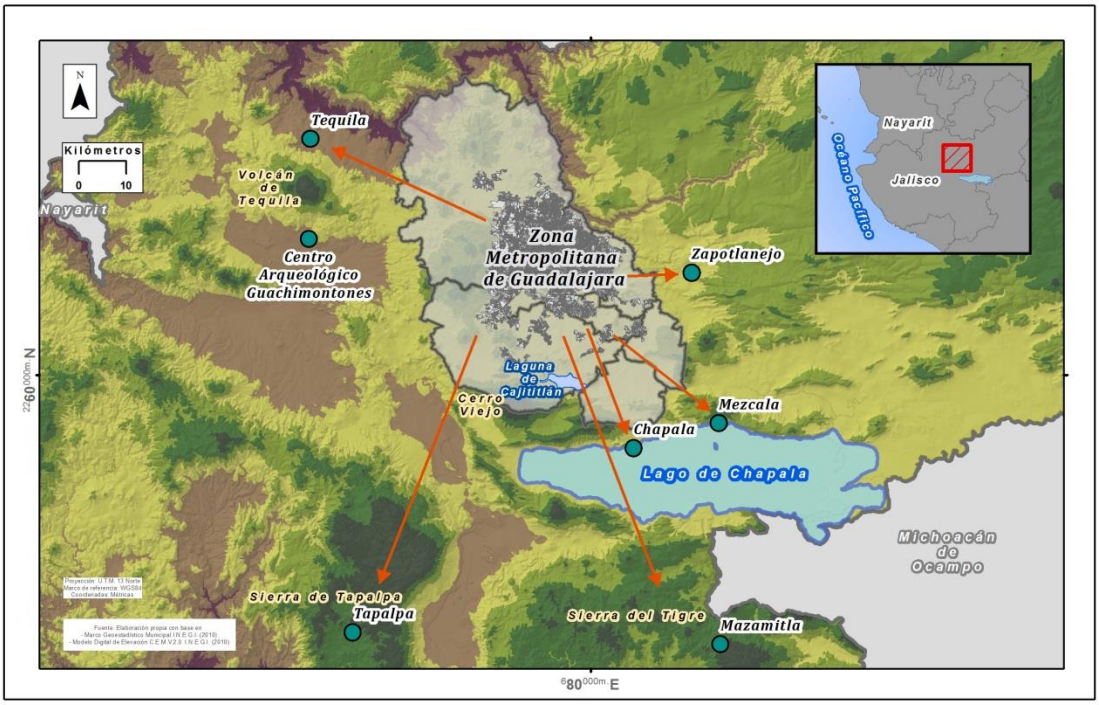
La diversidad de escenarios naturales que posee la ZMG ha motivado a diferentes personas y grupos de la sociedad civil a fungir como promotores del reconocimiento del patrimonio natural. Sin embargo, pese a que se ha focalizado la atención principalmente en las zonas de La Barranca, el Bosque La Primavera, el BENSEDI y Cerro Viejo, aún queda mucho camino por recorrer para lograr un óptimo aprovechamiento turístico desde una perspectiva de desarrollo sustentable. Son muchos los recursos naturales de la región aún susceptibles de explotar e integrar adecuadamente en la oferta turística. Su adecuada gestión y comercialización podría suponer una prolongación de la estancia media de turistas

[7] Decreto del 18 de mayo de 2013, publicado en el Periódico Oficial del Estado de Jalisco para el Área Estatal de Protección Hidrológica Cerro Viejo–Chupinaya–Los Sabinos, que incluye a los municipios de Tlajomulco de Zúñiga, Ixtlahuacán de los Membrillos, Chapala y Jocotepec.

en la zona y, de este modo, incrementar su gasto promedio, entre otras ventajas económicas.

2.5. Recursos y atractivos turísticos en el entorno de la ZMG

A las afueras de ZMG se encuentran algunos lugares que ningún turista debería dejar de visitar en su arribo a la capital del estado de Jalisco. La oferta de recursos y atractivos turísticos que poseen estas localidades tiene la diversidad necesaria para satisfacer los intereses y preferencia de distintos perfiles de viajeros (véase Mapa 2.3.).



MAPA 2.3. Sitios de interés turístico en el entorno de la ZMG.

Los Pueblos Mágicos de Tapalpa y Mazamitla proporcionan opciones de turismo rural, cultural, de aventura y ecoturismo. En los alrededores del Lago de Chapala se encuentran algunas poblaciones ribereñas como Ajijic, Chapala, Mezcala y Jocotepec, en donde existe una importante tradición turística arraigada. Así mismo, el Paisaje Agavero y el Pueblo Mágico de Tequila, junto con la zona arqueológica de Guachimontones, amplían la gama de sitios de interés turístico para los visitantes que arriban a la ZMG. Es importante mencionar también la cercanía de Zapotlanejo, municipio de vocación textilera reconocido por la calidad en la fabricación de prendas de vestir.

2.5.1. Tequila y el Paisaje Agavero

El Paisaje Agavero está presente a lo largo de toda la Ruta del Tequila, integrada por los municipios de El Arenal, Amatitán, Magdalena, Tequila y Teuchitlán. Como epicentro se encuentra el Pueblo Mágico *de Tequila*, cuya tradición en la elaboración del tequila tiene un lugar importante en el mundo de las bebidas alcohólicas por su amplia variedad de licores y su creatividad en el proceso productivo. En este destino se promueven las visitas a las casas productoras, haciendas y casonas rurales que se siguen conservando a pesar de los años.

Otro atractivo más que tiene esta ruta turística, es un volcán extinto situado en el corazón de la región tequilera. Se le conoce como *Cerro o Volcán de Tequila* y es la cuarta mayor elevación del estado de Jalisco. Se caracteriza por sus diferentes tipos de vegetación de altura común y por algunas especies endémicas de la montaña, entre ellas encinos y cedros únicos en su especie.

Otro de los atractivos turísticos fundamentales es la zona arqueológica de los *Guachimontones*, ubicada en el municipio de Teuchitlán. Se conforma por un grupo de estructuras cónicas legado representativo de un centro ceremonial de una sociedad prehispánica que existió ahí desde el año 300 a.C. hasta el 900 d.C. En la zona se encuentran los restos arqueológicos de dos campos de juegos de pelota, un anfiteatro y algunas terrazas y edificaciones menores. La existencia de un Centro Interpretativo en este atractivo arqueológico, ha otorgado otra dimensión mayor al alcance turístico cultural del sitio.

2.5.2. Tapalpa Pueblo Mágico

Tapalpa es el primer municipio que quedó inscrito al programa federal de *Pueblos Mágicos* en Jalisco en el año 2002. A pesar de la relativa cercanía con la ZMG, en el municipio se pueden encontrar rasgos característicos de los pueblos mexicanos típicos, con caminos de terracería y techos a dos aguas. En materia de turismo, Tapalpa es una de las sedes principales de la Copa Mundial de Parapente, por lo que se considera un destino ideal para la práctica de deportes extremos, entre ellos el *gotcha* y la tirolesa.

Cabe destacar que en este municipio se encuentra la caída de agua más alta del estado, el *Salto del Nogal*, que con sus 105 metros de altura es una oportunidad imperdible para aquellos que disfrutan la práctica del rapel. De igual forma, la localidad ofrece alternativas para disfrutar del paisaje natural, como por ejemplo las famosas “Piedrotas”, formaciones rocosas de dimensiones gigantescas cuyo

origen es todavía desconocido. Así mismo, desde esa zona es posible admirar la Cuenca de Sayula y el Volcán Nevado de Colima.

2.5.3. Ribera de Chapala

Siendo el Lago de Chapala el cuerpo de agua más grande del país, y localizándose a menos de 100 km desde Guadalajara, las localidades ribereñas cuentan ya con una tradición turística, particularmente el poblado de Chapala. Además, otras localidades como Jocotepec y Ajijic tienen diversos atractivos turísticos dignos de ser visitados. Ajijic, además de contar con la población más cosmopolita y multicultural de la Ribera, también ofrece una oferta gastronómica de restaurantes *gourmet* y galerías de arte, promovidas principalmente por los residentes de origen canadiense y estadounidense que se establecieron en la localidad. Existe una gran riqueza en arte rupestre, prehispánico y virreinal en el municipio de Poncitlán, aunque todavía no está potenciado turísticamente.

3. OFERTA DE HOSPEDAJE

La oferta de servicios se compone de aquellas unidades económicas destinadas a satisfacer las necesidades básicas y de recreación de los turistas. La demanda turística va encaminada a la disposición de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, guías turísticos, operadoras de viajes y entretenimiento, entre muchos otros. Este apartado analiza la oferta de servicios turísticos que la ZMG pone a disposición para el turismo.

3.1. Servicios de alojamiento

En el año 2012, la ZMG contaba con 357 establecimientos de hospedaje, en su mayoría concentrados en el municipio de Guadalajara. Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos son los municipios más rezagados en materia de oferta turística, pues ambos carecen de opciones de alojamiento. Los establecimientos de categoría turística que más predominan son los de cinco, cuatro y tres estrellas, que representan el 47.2% de la oferta total de hospedaje (véase Tabla 3.1.).

TABLA 3.1. Establecimientos de hospedaje en la ZMG, 2012

Municipio	Total	Cinco* Estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin** categoría
El Salto	2	0	1	0	0	0	1
Guadalajara	233	22	40	39	15	40	77
Ixtlahuacán	0	0	0	0	0	0	0
Juanacatlán	0	0	0	0	0	0	0
Tlajomulco	5	0	1	0	0	0	4
Tlaquepaque	34	2	9	4	0	2	17
Tonalá	11	0	0	6	0	3	2
Zapopan	72	9	18	10	2	2	31
TOTAL	357	35	74	66	14	43	129

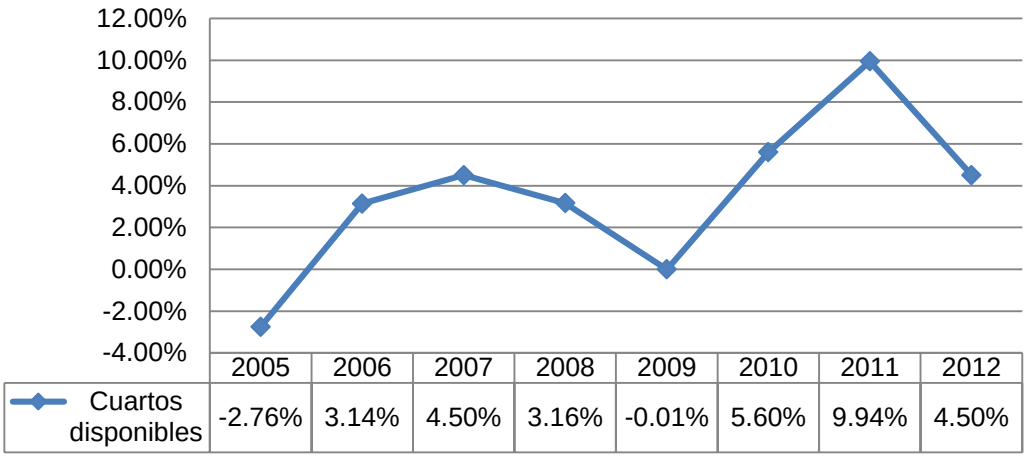
***** Incluye Gran Turismo y Categoría Especial
**Comprende albergues, departamentos, bungalows, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, moteles, villas, posadas, pensiones y *tráiler park*.

Fuente: Elaboración propia con base a datos de SECTURJAL (2011).

Durante los últimos ocho años, la oferta hotelera de la ZMG ha presentado variaciones importantes en relación a periodos pasados. El año 2005 representó una de las rupturas más significativas de la década, con un decrecimiento del 2.8%, equivalente a 381 cuartos menos que el año anterior (INEGI, 2012). Sin embargo, en el año 2011 gracias a la celebración de los XVI Juegos Panamericanos en la ciudad de Guadalajara, la ZMG presentó el aumento más significativo en la oferta de alojamiento de la última década; la disponibilidad de

cuartos para este año aumentó un 4.3% respecto al año anterior, lo que significó mil 564 unidades rentables más que en el 2010 (*Ibídem*).

GRÁFICA 3.1. Evolución de la oferta hotelera en la ZMG



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Cuartos disponibles	-2.76%	3.14%	4.50%	3.16%	-0.01%	5.60%	9.94%	4.50%

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos (INEGI 2012) y de la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco.

En lo que refiere a cuartos disponibles en el 2012, la ZMG contaba con 22,574 unidades rentables, de las cuales más del 29.0% se ofrecían en establecimientos de categoría cuatro estrellas (véase Tabla 3.2.).

TABLA 3.2. Cuartos disponibles en la ZMG, 2012

Municipio	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin categoría
El Salto	168	0	156	0	0	0	12
Guadalajara	14,876	3,336	4,121	2,826	540	1,838	2,215
Ixtlahuacán	14	2	12	0	0	0	0
Juanacatlán	0	0	0	0	0	0	0
Tlajomulco	423	6	135	10	0	0	272
Tlaquepaque	2,262	131	245	724	0	32	1,122
Tonalá	361	0	0	230	0	53	78
Zapopan	4,470	1,067	1,950	494	47	122	900
TOTAL	**22,574**	**4,542**	**6,619**	**4,284**	**587**	**2,045**	**4,599**

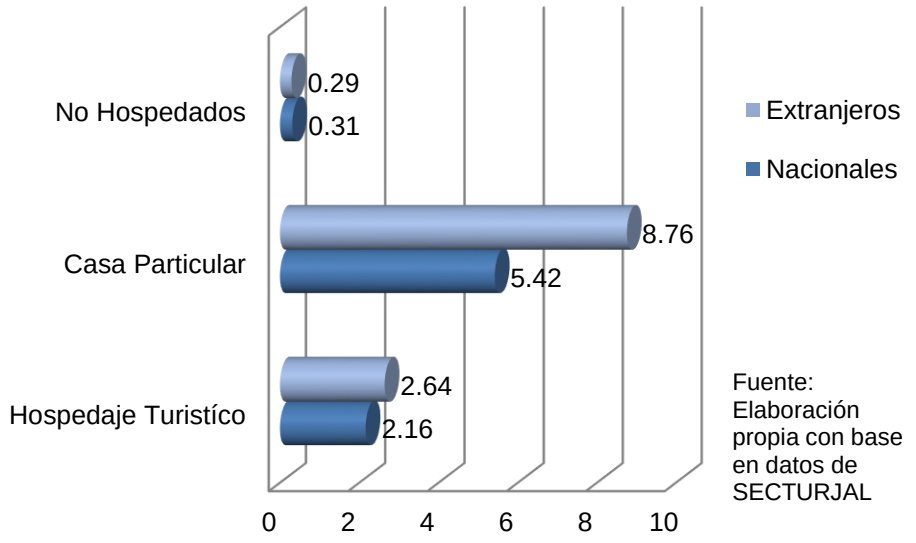
Fuente: Elaboración propia con base en datos de SECTURJAL (2011).

3.1.1. Ocupación

En lo que respecta al 2013 (según datos acumulados hasta la semana 31 de este año), la ZMG muestra un incremento del 1.2% de ocupación hotelera en relación con el año anterior. El promedio acumulado anual del 2012 fue de 47.1%, mientras que en lo que va de 2013 dicho promedio es ya del 48.3%. Cabe resaltar que la ZMG está por debajo con respecto a la Ciudad de México -la cual presenta un incremento de 1.4% en parangón con 2012-, y de la ciudad de Monterrey -que presenta un aumento del 5.2%-. No obstante que Guadalajara se ubica entre las destinos urbanos con mayor ocupación hotelera (de las 14 que registran sus datos), la capital del estado de Jalisco muestra una medianía en lo referente a este indicador, lo que lleva a cuestionar si es factible la apertura de nuevos establecimientos, cuando la demanda de servicios de hospedaje no se incrementa como debiera.

La tarifa promedio por habitación por noche en la ZMG es de 761 pesos aproximadamente, considerando la más alta en 1,300 pesos y la más baja en 380 pesos. La estancia promedio de los turistas hospedados en la ZMG es de 2.2 noches para los nacionales y de 2.6 noches para los extranjeros.

GRÁFICA 3.2. Estancia promedio de turistas en la ZMG,



Fuente: Elaboración propia con base en datos de SECTURJAL

Como se puede observar en la Gráfica 3.2., la estancia promedio en casas particulares es mayor que la estancia en establecimientos de hospedaje. Esto se

explica por la llegada de migrantes y sus parientes desde Estados Unidos a las casas de sus familiares en la ciudad.

La Tabla 3.3 muestra que los establecimientos que mantienen el promedio más alto de ocupación anual son los hoteles de 5 estrellas y Gran Turismo, lo que refleja la vocación del turismo de negocios que mantiene la ciudad. Los grandes eventos culturales y artísticos que se celebran en la ZMG son la oferta principal de este segmento de mercado.

TABLA 3.3. Porcentaje de ocupación de hospedaje en la ZMG, por categoría de establecimiento

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gran Turismo	71.7	68.4	59.2	61.9	59.9	51.7
5 estrellas	67.3	68.2	57.2	61.1	59.5	59.3
4 estrellas	53.5	57.8	47.6	54.5	54.3	51.6
3 estrellas	36.6	36.6	32.1	36.4	41.3	37.9
2 estrellas	36.4	34.9	32.4	33.9	34.7	33.5
1 estrella	33.1	34.2	34.2	33.1	35.6	37.9
C/económica	51.0	45.3	45.3	42.5	37.8	35.7
S/clasificación	59.3	65.9	57.1	55.9	53.8	53.7
Promedio	**51.6**	**53.3**	**45.6**	**50.3**	**51.2**	**49.1**

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

3.1.2. Proyecciones de crecimiento del sector

La inversión en oferta de hospedaje en la ZMG es elevada; prueba de ello es el interés de grandes cadenas hoteleras por hacer negocio dentro de este rubro. Posiblemente, porque el turismo está dentro de los ejes importantes de las nuevas políticas públicas del gobierno federal, existen nuevos proyectos hoteleros en desarrollo en esta zona, un ejemplo de ello es la cadena InterContinental Hotels Group, quien planea abrir dos hoteles más en la ciudad: el Hotel Boutique Índigo y el Holiday Inn Express. Igualmente, de acuerdo con la Asociación de Hoteles y Moteles de Jalisco, otros proyectos que están en la etapa de construcción y pronta apertura son el hotel Hampton Inn, cerca de la Expo Guadalajara, y el Ramada Encore, en la salida a Colima.

También se están llevando a cabo inversiones hoteleras en áreas específicas de la capital del estado de Jalisco, como la zona financiera y en el poniente de la

ciudad, frente a la Ciudad Judicial; dentro de los proyectos para la recuperación del Centro Histórico de Guadalajara se plantea la construcción de otros dos hoteles en esta área, uno de ellos de la cadena NH. Además, se está ampliando la capacidad de cuartos de algunos establecimientos de hospedaje ya existentes por la salida a Puerto Vallarta.

Se estima que con la terminación de estos proyectos, el incremento en la oferta de cuartos de hospedaje sea de un 4.1%, respecto a la actual, con ello la ZMG se posicionaría en el tercer lugar con mayor inventario de habitaciones del país, solo después de la Ciudad de México y de Cancún.

4. OFERTA COMPLEMENTARIA

4.1. Servicios de alimentos y bebidas

La ZMG cuenta con 974 establecimientos de alimentos y bebidas de servicio completo (restaurante convencional). El mayor número de estos negocios se encuentra en el municipio de Guadalajara con 525, seguido de Zapopan con 279. Estos establecimientos están también presentes, aunque en menor proporción, en Tlaquepaque y Tonalá (véase Tabla 4.1.).

TABLA 4.1. Servicios de alimentos y bebidas en la ZMG

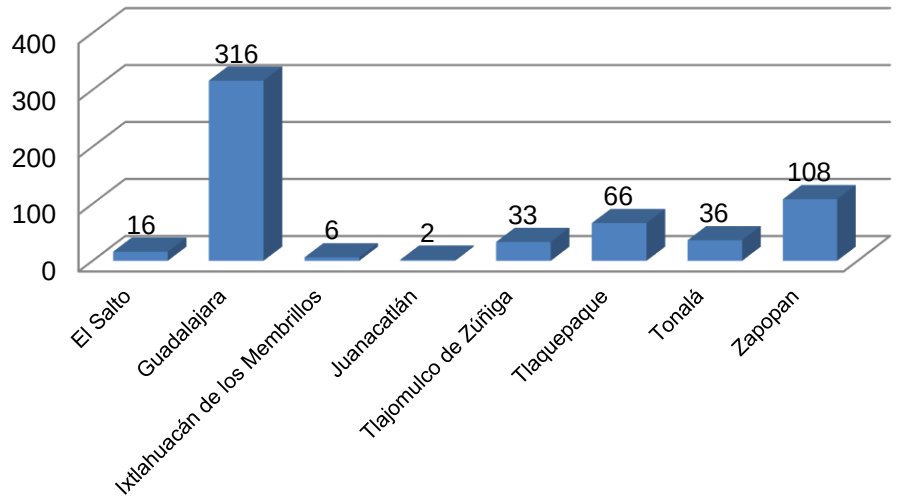
Municipio	Restaurantes		Servicio de eventos y banquetes	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares
	Servicio completo	Autoservicio comida p/llevar y similares		
El Salto	13	313	0	16
Guadalajara	525	8,271	13	316
Ixtlahuacán de los M.	1	48	0	6
Juanacatlán	2	25	0	2
Tlajomulco de Zúñiga	40	656	0	33
Tlaquepaque	71	1,637	0	66
Tonalá	43	1,210	1	36
Zapopan	279	3,502	14	108
Total	**974**	**15,662**	**28**	**583**

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

4.1.1. Centros de diversión nocturna

La ZMG cuenta con 588 centros nocturnos, bares, cantinas y similares. La gráfica 4.1 muestra un patrón similar al de los establecimientos de alimentos y bebidas: con predominio de los mismos en el municipio de Guadalajara, seguido de Zapopan y después Tlaquepaque.

GRÁFICA 4.1. Centros nocturnos, bares, cantinas y similares



Fuente: Elaboración propia con base en datos de SECTURJAL (2011)

4.2. Servicios complementarios

La capital del estado de Jalisco cuenta con una serie de servicios que hacen justicia a la tradición de Guadalajara como ciudad hospitalaria y comercial que siempre la ha caracterizado. Entre estos servicios que se ofrecen, tanto a la población local, como a los miles de turistas que la visitan diariamente, se encuentran: agencias y operadoras de viajes, guías, centros comerciales, módulos de información turística y negocios de artesanías (véase Tabla 4.2.).

TABLA 4.2. Oferta de servicios complementarios en la ZMG	
Agencias de viajes	351
Operadoras mayoristas	23
Guías turísticos	18
Centros comerciales	51
Centros de venta de artesanías	3
Fuente: Elaboración propia con información en INEGI (2013).	

En la ZMG operan un total de 374 agencias de viajes; de ellas solamente cuatro mayoristas y dos minoristas promueven el turismo receptivo, es decir, apenas el 1.6% de estos negocios comercializa viajes hacia esta metrópoli (incluyendo

servicios y productos turísticos de la localidad). El resto de las agencias (98.4%), se centran en el turismo emisor al ofrecer viajes y paquetes turísticos a los habitantes locales.

El comercio es otra de las actividades económicas más importantes en la ZMG, albergándose 51 plazas comerciales en dicha zona. Entre ellas merece especial mención Plaza del Sol, el primer centro comercial que se construyó en Latinoamérica, inaugurado en 1969 y de donde el término *plaza* - como significado de centro comercial- se extendió al resto de la región y del país. Otras plazas destacadas son Andares, Gran Plaza, Galerías y Centro Magno, puntos relevantes para el llamado *turismo de compras* surgido recientemente.

La producción artesanal también ha sido una característica de la ZMG. Aquí se pueden encontrar productos tan diversos como: vidrio soplado, herrería, platería, orfebrería, bordados, cerámica, sarapes, rebozos, tapetes, labrado de cantera y equipales. La mayoría de la producción es exhibida para su venta principalmente en el Mercado San Juan de Dios de Guadalajara, así como en las localidades de Tonalá y Tlaquepaque.

5. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

A nivel mundial y nacional los destinos vacacionales son altamente competitivos, de ahí que la implementación de sistemas que garanticen calidad en el servicio que ofrecen los prestadores turísticos se ha convertido en un factor determinante para elevar la competitividad en el desarrollo de esta importante actividad económica.

Por lo anterior, es indispensable darle su justo valor a la formación y capacitación como elementos imprescindibles para el desarrollo de los destinos turísticos. La experiencia ha demostrado que los países que más han progresado en su desarrollo son los que cuentan con recursos humanos más capacitados y mejor formados, lo que indudablemente ayuda tanto a incrementar la empleabilidad del trabajador como a mejorar la competitividad de las empresas.

5.1. Mercado laboral del sector turístico en Jalisco

De acuerdo a datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2010 (INEGI, 2010a) la población ocupada en el sector turístico se ubicaba en un lugar preponderante. En la tabla 5.1 se recogen estos datos, junto con las estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC).

Según estas cifras, las que se presentan segmentadas por actividad realizada, se aprecia que cerca de la mitad de las personas empleadas en el sector turístico, concretamente un 44.8%, laboran en restaurantes con servicio de meseros, y un 6.2% trabaja en restaurantes tipo autoservicio y de comida para llevar. Es decir, en el estado de Jalisco el 51% de la población ocupada en el sector turístico trabaja en la actividad gastronómica. Por otro lado, únicamente el 5% de la población ocupada en el sector turístico de Jalisco trabaja en actividades relacionadas con hoteles y servicios de hospedaje. En cuanto a transporte aéreo, éste sólo ocupa un 0.6% de la población ocupada en el turismo.

Otra actividad de gran importancia en Jalisco en general, y en la ZMG en particular, lo constituyen los parques con instalaciones recreativas y casas de juego electrónicos (casinos), con el 3.6% de las personas empleadas.

TABLA 5.1. Población ocupada en el sector turístico en Jalisco		
Actividad	**Número de personas**	**%**
Restaurantes con servicios de meseros	155,718	44.75
Servicios de transporte terrestre	81,186	23.33
Salones y clínicas de belleza, baños públicos y bolerías	42,257	12.14
Restaurantes de autoservicio y de comida para llevar	21,627	6.21
Hoteles y servicios de hospedaje	17,389	5.00
Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos	12,644	3.63
Compañías y grupos de espectáculos artísticos	9,649	2.77
Transporte aéreo	2,142	0.62
Agencias de viaje	1,644	0.47
Transporte turístico	1,320	0.38
Museos y sitios históricos	847	0.24
Transporte por ferrocarril	648	0.19
Alquiler automóviles	547	0.16
Transporte marítimo	375	0.11
TOTAL	**347,993**	**100.00**
Fuente**:** Elaboración propia a partir de los datos ponderados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, del INEGI (2010) y de la CANIRAC (2010).		

Así mismo, la actividad representada por las compañías y grupos de espectáculos artísticos se ha fortalecido con la incorporación de recintos como el Auditorio Telmex, el Teatro Diana, el Teatro Galerías y otros, lo que ha permitido un gran impulso en este rubro, que representaba en 2010 el 2.8% de la población ocupada en el sector turístico.

Finalmente, la composición de cinco actividades económicas de la población ocupada en las actividades vinculadas con el sector turístico, como transporte turístico, museos y sitios históricos, transporte por ferrocarril en el que se incluye el tren Tequila Express, alquiler de automóviles, entre otros, representan el 1.1%.

5.2. Perfil y formación del prestador de servicios en la ZMG

El crecimiento acelerado de la oferta turística en la ZMG ha generado una demanda de personal para puestos operativos y mandos intermedios. La demanda de los primeros es cubierta por los centros de capacitación, mientras que los segundos, por las distintas universidades que ofrecen la carrera de turismo o sus variantes, como administración de empresas turísticas, hotelería, gastronomía, por nombrar algunas.

No obstante la gran oferta de instituciones educativas existentes en la metrópoli en

todos los niveles, no existe una coordinación adecuada entre el sector privado, los centros de enseñanza y el gobierno. La oferta educativa que proporcionan las instituciones públicas dedicadas a la capacitación para el trabajo, en general no está orientada a satisfacer las necesidades de la industria turística. Además, el personal que considera capacitarse en estas instituciones no suele mostrar interés por las especialidades realmente más demandadas, pues perciben que no es necesaria una formación específica para acceder a ciertos puestos de trabajo.

En la Tabla 5.2. se muestran algunas de las características que debe tener un prestador de servicios turísticos para poder satisfacer las exigencias del mercado en la actualidad.

TABLA 5.2. Perfil del servidor turístico

Habilidades	Actitudes y valores	Competencias	
		Para dirección y supervisión	**Para puestos operativos**
Conciencia ambientalista	Orientación al cliente	Planificación y organización	Comunicación oral y escrita
TIC´s	Compromiso ético	Manejo de TIC´s	Comunicación en lengua extranjera
Otros idiomas	Actitud proactiva	Toma de decisiones	Información instruccional
Valores culturales	Iniciativa y espíritu emprendedor	Creatividad e innovación	Capacidad de resolución de problemas
Interés por los recursos culturales	Respeto por la persona Adaptabilidad al cambio	Resolver problemas no estructurados Resolver problemas estructurados	Toma de decisiones Trabajo en equipo
Compromiso Social	Motivación por la calidad Pulcritud en la apariencia Autocontrol emocional Tolerancia Disponibilidad de horarios Interés por otras culturas y costumbres Sensibilidad por el medio ambiente Seguridad en la comunicación		Adaptarse a nuevos ambientes Relacionarse con otras personas Trabajar eficientemente Escuchar Trabajar bajo presión Adaptación al ambiente laboral

Fuente**:** Elaboración propia.

Como cualificación complementaria a todas aquellas específicas del sector, se considera que los idiomas tienen una gran relevancia, particularmente el inglés, por lo que este factor se toma en cuenta a la hora de planificar la formación de los trabajadores entrantes en el sector o de los que ya están trabajando en el mismo. Estas cualificaciones son especialmente sensibles para aquellos puestos que

están en contacto con el cliente a cualquier nivel jerárquico.

Del mismo modo, en la educación que brindan las universidades e instituciones superiores existe un exceso de oferta de recursos humanos en términos de cantidad y una relativa formación en términos de calidad. Además existe una prolongación en la duración de las licenciaturas en turismo en términos teóricos.

En términos de cantidad, el incremento anual de profesionales egresados supera las tasas de crecimiento de la oferta de puestos de trabajo por debajo de su formación; el resultado es un desprestigio de los estudios que acaban siendo mal valorados, porque no permiten la integración laboral en grado adecuado a las expectativas del propio alumno.

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

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

Además, dicho estudio expone en las conclusiones las competencias con mayor deficiencia en alumnos y egresados de la carrera de turismo según los empleadores para la zona 5 en la cual se coloca al Estado de Jalisco junto a Colima, Guanajuato, Guerrero, Michoacán y Oaxaca. Estas deficiencias se muestran en el Tabla 5.3.

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

ZMG, se estima que las condiciones en los lugares antes citados no son muy diferentes del panorama nacional.

TABLA 5.3. Competencias Genéricas Sistemáticas con mayor deficiencia en alumnos egresados de Turismo según los empleadores de la Zona 5	
Competencias	**Ponderación (1-5)**
Toma de decisiones	3,39
Capacidad de organización y planificación	3,34
Capacidad de gestión de la información	3,30
Conocimiento de una lengua extranjera	3,18
Conocimiento de informática	3,12
Trabajo en un contexto internacional	3,37
Iniciativa y espíritu emprendedor	3,43
Creatividad	3,42
Conocimiento de otras culturas y costumbres	
Promedio	**3,29**
Fuente**:** Elaboración propia con base a (CESTUR, 2012)	

TABLA 5.4. Competencias específicas en alumnos egresados de Turismo según los empleadores de la Zona 5	
Competencias	**Ponderación (1-5)**
Dirección y coordinación de actividades de empresas turísticas	2,99
Descripción y pronóstico de la actividad turística	2,96
Diseño de proyectos turísticos	2,95
General de desarrollo de productos y servicios turísticos	2,94
Realización de estudios sobre el comportamiento de la actividad turística	2,84
Análisis de alianzas comerciales	2,82
Organización de la operación de los servicios turísticos	2,79
General de asesoramiento a organizaciones turísticas	2,77
Clasificación y jerarquización de la oferta turística	2,76
Identificación y estudio del mercado turístico	2,74
Divulgación de conocimientos de la actividad turística	
General de generación y difusión de conocimiento de actividad Turística	
Promedio	**2,80**
Fuente: Elaboración propia con base a datos de (CESTUR, 2012).	

Respecto a las competencias propias específicas del fenómeno turístico el promedio es de 2,80, lo que significa que en la formación profesional, las escuelas de turismo están obteniendo resultados “poco menos de lo necesario” en el desarrollo de competencias necesarias para desempeñarse con eficacia en las empresas del sector, toda vez que las capacidades que se relacionan en el cuadro anterior son “básicas” para el buen funcionamiento de las compañías en el entorno interno.

TABLA 5.5. Competencias operativas en alumnos egresados de Turismo según los empleadores de la zona 5	
Competencias	**Ponderación (1-5)**
Desarrollo del manejo de idiomas	3,43
Incorporación del uso de la informática	3,40
Identificación y manejo de herramientas	3,37
Otorgamiento de información	3,36
Desarrollo de estrategias y planes de CT	3,25
Gestión de eventos y actividades recreativas	3,14
Determinación del uso de productos químicos y temperaturas	3,11
Participación en actividades de promoción y comercialización	3,10
Programación y supervisión de trabajos de limpieza	2,99
Análisis del entorno económico – social	2,96
Incorporación a planes de desarrollo turístico	2,87
Diseño, supervisión y control de actividades y visitas	2,82
Promedio	**3.15**
Fuente**:** Elaboración propia con base a datos de (CESTUR, 2012)	

En este último grupo de competencias relacionadas con la operación técnica de las empresas, los empleadores consideran que el trabajo de las instituciones educativas cumplen con “lo necesario” exclusivamente, de tal forma que las escuelas deberán analizar a detalle su actuación en la formación de personal calificado, debido a que no se está logrando que los establecimientos ofrezcan servicios turísticos de calidad y esto no les permite competir a un mejor nivel.

En conclusión, puede afirmarse con base a los datos expuestos en las tres tablas anteriores, que los empleadores de manera general, afirman que las escuelas ofertantes de programas educativos en el turismo no cumplen con las expectativas que se tienen de ellas, ya que solo hacen “lo necesario” en cuanto al desarrollo de capacidades profesionales de los estudiantes.

Asimismo, el sector empresarial considera que los programas de estudio están bien abordados en relación a las necesidades de preparación del recurso humano, pero en la práctica laboral es donde no están cumpliendo debidamente con lo requerido; por eso consideran que los alumnos egresan sólo con el 50% de competencias necesarias para desempeñar las funciones en los puestos de trabajo, y por eso dan una calificación a los egresados menor a 5 en una escala del 1 al 5.

5.3. Profesionalización y capacitación

En la actividad turística interviene un alto índice de recursos humanos, por ello, el grado de satisfacción de la experiencia turística por parte del cliente está

obviamente muy influenciado por la competencia del personal en dichas funciones. Existe una amplia gama de oficios que intervienen en cada una de las empresas turísticas: camareros, personal de cocina, recepcionistas, chefs, ayudantes de cocina, guías, personal técnico, etc. En ocasiones, este personal está altamente especializado en temáticas específicas, como es el caso de los guías turísticos locales, los chefs expertos en cocina criolla, la artesanía típica, los técnicos en deportes de aventura, etc., quienes necesitan capacitación constante para estar a la vanguardia en sus competencias.

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

5.3.1. Programa de Certificación de Competencia Laboral

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

Las instituciones públicas y privadas que participan de manera directa e indirecta en la actividad turística también optan por obtener certificaciones diversas que les permitan acceder a mejores niveles de participación en el mercado y ser más competitivas. En un entorno tan complejo como el sector turístico, donde existen cambios constantes de la demanda turística, modificación en sus gustos y preferencias, exigencias de calidad cada vez mayores y la continua aparición de nuevos destinos competidores, la búsqueda de actuaciones estratégicas junto con las iniciativas hacia la mejora de la calidad son actualmente el factor diferenciador de las empresas en el complejo mercado internacional en el que se hallan inmersas, especialmente desde la década de los noventa.

Considerando lo anterior, las empresas involucradas en la prestación de servicios turísticos buscan obtener alguna certificación de la calidad que les sirva para tener un mejor desempeño en el mercado y así diferenciarse de los competidores.

6. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

El turismo ha permitido que muchos países se posicionen en un lugar destacado en cuanto a competitividad de destino a nivel mundial. Esto ha sido posible gracias al apoyo de sus respectivos gobiernos, la participación del sector privado y la implicación de distintos agentes de la comunidad. El turismo es de hecho una actividad económica con gran impacto en la generación de riqueza y bienestar de las poblaciones que, además, influye de manera decisiva en la mejora de las infraestructuras, la imagen urbana y en la vida de la sociedad en general.

Sin duda, México no ha sabido aprovechar los beneficios que se derivan de la actividad turística, pues lejos de mejorar su posición competitiva en el concierto mundial, siguen profundizándose los problemas, tales como: el progresivo deterioro de los recursos naturales, el incremento de la inseguridad y el empeoramiento de la imagen urbana de las ciudades. A estos problema se suman otros, no menos graves, como la insuficiencia y mala calidad de la infraestructura carretera, portuaria, aeroportuaria y de servicios, así como la falta de una adecuada planeación de este sector a largo plazo.

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

6.1. Normatividad turística en el contexto nacional

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

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

El artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, atribuye a la Secretaria de Turismo federal (SECTUR), entre otras cosas, la responsabilidad de conducir y formular la política de desarrollo de las actividad turística nacional, así como regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y

vigilar su cumplimiento en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal y con las autoridades estatales y municipales.

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

En este mismo orden de ideas, conforme a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, la SECTUR emite normas oficiales mexicanas que son regulaciones técnicas que establecen especificaciones y procedimientos para garantizar que los servicios cumplan, en el contexto de los propósitos y funciones para los que fueron diseñados, con una adecuada información, seguridad y protección al usuario-turista; esto favorece el logro de una mejor información y seguridad en el mercado turístico, impactando en la calidad de la prestación del servicio.

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

La primera de ellas, *Ordenamiento y Transformación Sectorial*, planea la creación de un Gabinete Turístico cuya función primordial será la conjunción de los distintos órdenes de gobierno y la participación activa de las dependencias federales con incidencias en el sector. *La Innovación y la Competitividad* conforman la segunda directriz de la PNT actual. A través de ésta se busca diversificar la oferta futura y consolidar los destinos turísticos ya existentes. En tercer lugar, el *Fomento y la Promoción,* juegan un papel determinante como agentes proactivos y facilitadores de los esfuerzos privados. Por último, la cuarta directriz, *Sustentabilidad y Beneficio Social*, plantea la necesidad de una industria turística limpia, que proteja el patrimonio natural, histórico y cultural del país. Además, señala entre sus objetivos la consolidación de un turismo social accesible e inclusivo para la mayor parte de la población.

6.1.1. Normatividad turística en el contexto estatal

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

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

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

6.1.2. Normatividad turística desde el ámbito local

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

De acuerdo a un análisis previo, se observa que las administraciones municipales de Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan cuentan con un Reglamento de Turismo particular que tiene como objeto, entre otras cosas, la generación de proyectos y programas para la conservación, mejoramiento,

protección, promoción, progreso y aprovechamiento de los recursos y activos turísticos.

Por su parte, Guadalajara no posee un lineamiento específico que regularice la actividad turística municipal; sin embargo, formula estatutos relacionados con la cultura, las artes, el patrimonio edificado y la ecología, entre otros, que inciden en el turismo que se desarrolla a nivel local. Cabe resaltar que los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no emiten reglamentos vinculados al turismo, debido a su incipiente o nula participación en esta actividad económica.

Otra de las funciones principales de las dependencias de turismo local es alinear sus planes de desarrollo con base a las políticas dictadas desde el ámbito federal, específicamente a la PNT. En 2013, ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo; sin embargo, los ejes de actuación en materia turística se incluyen en los planes de desarrollo municipales, sobre todo en las estrategias de promoción y fomento económico. Tlaquepaque, a través del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 contempla en el eje 4, *Economía, turismo y competitividad,* el impulso al desarrollo turístico a través de la promoción y la administración de dicha actividad (H. Ayuntamiento de Tlaquepaque, 2013).

Por otro lado, mediante el Plan Municipal de Desarrollo Visión 2030 y el Plan de Gestión Institucional 2012-2015, Guadalajara promueve la reactivación económica e innovación productiva mediante la inversión en sectores estratégicos, entre ellos el turismo (Ayuntamiento de Guadalajara, 2013). Cabe resaltar que los planes de desarrollo de Guadalajara no emiten una línea de acción específica, ni diagnostican la situación actual del turismo en el municipio.

En el caso de El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos, Juanacatlán, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá, los planes de desarrollo municipal del periodo 2012-2015, aún no son presentados o no se encuentran disponibles para la consulta pública. En caso contrario, Zapopan posee un plan de desarrollo municipal bien estructurado y con líneas de acción ejecutables a corto, mediano y largo plazo; sin embargo, este municipio no contempla al turismo dentro de sus ejes, a pesar de ser una actividad económica importante para el desarrollo local.

6.2. Gestión pública del turismo en el contexto internacional

En un informe publicado por el Foro Económico Mundial (WEF, *por sus siglas en inglés)*, donde se evalúa la competitividad de 139 países en materia de viajes y turismo se valoran 14 pilares estratégicos, de los cuales, para efectos del presente

análisis, sólo se considera el pilar 5 correspondiente a *la priorización de la actividad turística*. Cabe destacar que dicho pilar integra cinco subíndices, entre ellos: el gasto público destinado al sector; la integralidad para proporcionar los datos anualmente y la puntualidad para generar informes mensuales o trimestrales (véase Tabla 6.1.).

TABLA 6.1. Competitividad turística de México a escala global: la priorización del sector

Pilar/Subíndice	Posición (de 139 países)
5. Priorización de la actividad turística	**30**
5.01. Priorización gubernamental hacia la industria turística.	45
5.02. Gasto público destinado al turismo.	40
5.03. Eficacia de marketing y branding.	48
5.04. La integralidad de los datos anuales en materia de viajes y turismo.	15
5.05. La puntualidad de proporcionar mensual o trimestralmente datos de la actividad turística.	12

Fuente**:** Elaboración propia con base en información de Schwab (2012: 273).

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

De acuerdo a datos publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF), para el 2013 se asignaron poco más de 5 mil millones de pesos para el ejercicio de la SECTUR; sin embargo, esta cantidad representa apenas el 0.13% del total del presupuesto federal asignado para ese mismo periodo (SEGOB, 2013).

Puede deducirse que esta asignación mínima de recursos se relaciona directamente con el bajo impacto de las campañas de promoción turística que encabeza el Estado mexicano. En este sentido, de acuerdo al informe de Schwab (2012), México se ubica en la posición 48 en lo concerniente a la efectividad del marketing y el *branding*, muy por debajo de países como España, Puerto Rico e incluso Sudáfrica. Por otro lado, en el subíndice correspondiente a la *puntualidad para proporcionar datos referentes a la actividad turística*, México se ubicó mejor en el *ranking*, estando en la posición 12, al igual que Panamá.

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

la región. De manera contraria, la SECTUR en México posee diez direcciones internas además de otras entidades específicas y sin embargo se ubica en la posición 30 en esta misma variable, cuestión que denota carencias significativas en la gestión que encabeza la dependencia responsable del turismo nacional (*Ibídem).*

6.3. Gestión del turismo en el ámbito local

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

Esta situación ha motivado que sea cuestionado el modelo tradicional de organización y operación turística en Jalisco y algunos de sus principales destinos turísticos, entre ellos, la ZMG. Por ello, dichos destinos tienen la tarea de superar la etapa de promoción y relaciones públicas como única actividad desarrollada desde el ámbito estatal, y empezar a realizar tareas de planificación estratégica sustentable y de gestión de destinos turísticos.

6.3.1. Gestión desde el sector público

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

Para el año 2013, a través del subsidio denominado Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística, se invertirá una suma total de 86 millones de pesos -aportados en partes iguales por el Gobierno Federal y el Gobierno del Estado de Jalisco- que servirá para ejecutar diversas acciones de mejora urbana, equipamiento, capacitación y diagnóstico de competitividad y sustentabilidad en los municipios que conforman la ZMG, además de los Pueblos Mágicos, Chapala, Cihuatlán y Puerto Vallarta. A través de esta inyección económica, la ZMG se verá beneficiada con más de 40 millones de pesos destinados a la señalización turística. (SECTURJAL, 2013).

La *Agenda desde lo Local* es un programa desarrollado por la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través del **I**nstituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED)**,** que permite evaluar la calidad del desempeño de las administraciones municipales mediante un semáforo que indica el grado en que se cumplen las funciones y responsabilidades. Al mismo tiempo, optimiza la detección de áreas de oportunidad en donde la gestión municipal debe mejorar. Para efectos del presente diagnóstico se tomaron en cuenta cuatro indicadores evaluados a través de este instrumento; estos son: Municipio administrado con responsabilidad, Municipio asociado y vinculado, Municipio promotor del turismo, y Municipio cuidadoso de su imagen.

En el factor *Municipio promotor del turismo*, Guadalajara ha mantenido una calificación positiva en los últimos tres años, resultado que sorprende cuando se analizan las clasificaciones "rojo" y "amarillo" obtenidas para el 2010 en las variables: *Municipio administrado con responsabilidad* y *Municipio asociado y vinculado*, que puso de manifiesto la mala administración y la escasa vinculación con otras dependencias o instancias públicas.

Juanacatlán es el municipio peor evaluado a través de este instrumento. En los últimos tres años ha conseguido la clasificación "rojo" en el indicador *Municipio administrado con responsabilidad*; además, en 2012 obtuvo la misma clasificación en materia de promoción turística, cuestión directamente relacionada con la nula oferta de establecimientos de hospedaje y la escasa oferta de servicios complementarios en atención al visitante. En cambio, los municipios de Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan fueron los mejor evaluados en el último trienio, al conseguir la categorización "verde" en los cuatro indicadores examinados.

En esta evaluación sorprende la calificación que se le otorga al municipio de Zapopan, pues a pesar de contar con una vasta cantidad de recursos turísticos, estos no han sido aprovechados correctamente. Así mismo, la gestión del turismo en la escala local se ha caracterizado por su pasividad en el terreno de los hechos.

La Tabla 6.2. resume los aspectos más significativos de la gestión púbica del turismo en la ZMG. En relación a esto, Tlaquepaque es el único municipio cuya administración pública provee, a través del Plan de Desarrollo Municipal, líneas de acción precisas en pro del desarrollo turístico local. Cabe señalar que este municipio recibió más de 50 mil visitantes sólo en el periodo vacacional del verano 2012, posicionando al turismo como una de las actividades económicas más importantes para el desarrollo de la región.

TABLA 6.2. Gestión pública del turismo en los municipios que integran la ZMG			
Municipio	**Variables**		
	Plan de Desarrollo Municipal vigente en donde se incluya al turismo	**Reglamento de Turismo Municipal**	**Promotor del turismo según Agenda desde lo Local**
El Salto	No cumple	No cumple	N/D
Guadalajara	Cumple parcialmente	Cumple parcialmente	Cumple
Ixtlahuacán de los Membrillos	No cumple	No cumple	Cumple
Juanacatlán	No cumple	No cumple	No cumple
Tlajomulco de Zúñiga	No cumple	Cumple	Cumple
Tlaquepaque	Cumple	Cumple	Cumple
Tonalá	No cumple	Cumple	Cumple
Zapopan	No cumple	Cumple	Cumple
Fuente**:** Elaboración propia con base a sitios *Web* de los Ayuntamientos Municipales y Agenda desde lo Local 2012.			

Sorprende que Guadalajara, siendo el municipio más representativo de la zona metropolitana, no cuente con un documento concreto que regularice la actividad turística y que, además, no dedique un eje de actuación particular para la promoción, desarrollo y fomento del turismo.

Es importante destacar que los gobiernos locales no actúan de manera activa en la gestión turística sino que se limitan al ámbito de las relaciones públicas, facilitar y dar apoyo para eventos y algunos esquemas aislados de promoción. Todo lo contrario de lo que señala Ejarque (2005), la gestión de los destinos debe experimentar una evolución tal que se estos se conviertan en responsables de la coordinación, la promoción, la creación de productos, el marketing y el desarrollo de ellos mismos, así como de la información turística que se genera de ellos. Este tipo de órgano responde de un modo más adecuado a los objetivos generales y a los desafíos que enfrenta el turismo actualmente. Una gestión eficaz dependerá de los agentes involucrados en la oferta turística, del conocimiento de la demanda real y potencial, y de las relaciones económicas entre los agentes.

6.3.2. Gestión turística desde la iniciativa privada

La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara (CANACO), es una de las asociaciones más importantes de impulso y fomento al turismo en la ciudad. Agrupa y organiza el gremio empresarial que se concentra en la ZMG mediante estatutos de acción, cuyo objetivo es promover a sus afiliados a través de eventos nacionales e internacionales. Este organismo empresarial de la ZMG ha sido protagonista en el impulso de grandes eventos y proyectos que han consolidado a la ciudad de Guadalajara como un destino internacional. Uno de ellos es el "Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería", uno de los eventos culturales más importantes a nivel nacional. De acuerdo a la información del organismo, para el 2013 este magno evento tendrá un costo aproximado de 80 millones de pesos, de los cuales 11 millones provienen de la aportación de diferentes municipios y del gobierno estatal, y el resto son patrocinios de la iniciativa privada (Ayuntamiento de Zapopan, 2013).

Además, la CANACO también organiza otros eventos de impulso a la actividad turística, como por ejemplo *Expo Proveedores*, una iniciativa de vinculación entre el gobierno y la iniciativa privada mediante la cual se brinda la oportunidad a las PyMES mexicanas, formalmente establecidas, de formar parte de la cartera de proveedores del gobierno.

Otros eventos esporádicos son los que organiza la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados de Jalisco (CANIRAC), encaminados en su mayoría a la potenciación de la cultura gastronómica local.

6.3.3. Iniciativas ciudadanas de promoción al turismo

Una iniciativa otorga a los ciudadanos el derecho de organizarse legalmente para proporcionar alternativas viables que respondan a las necesidades del entorno actual. En lo concerniente al turismo, las iniciativas ciudadanas conforman un instrumento de planeación participativa que coadyuva a la formulación de estrategias de impacto en la actividad cuando en el sector público las acciones son insuficientes.

En la ZMG existen importantes agrupaciones sociales que pretenden reactivar la actividad turística que se ha estancado en los últimos años. Personajes y agrupaciones de la sociedad civil se han organizado para promover una cultura de concienciación acerca de los recursos culturales y naturales que hay dentro y a las afueras de la ciudad.

El observatorio ciudadano *Jalisco Cómo Vamos* es una iniciativa capaz de monitorear indicadores de calidad de vida que conlleven a la creación o mejora de las políticas públicas y que, a su vez, eleven el desarrollo de la ZMG y del estado en general. Este proyecto nace en 2010 a partir de la inquietud de empresarios, académicos y periodistas jaliscienses con el objetivo principal de crear un organismo dotado de autonomía propia que vigile las acciones gubernamentales y el comportamiento social. Esta iniciativa promueve indirectamente la mejora de la imagen urbana, circunstancia que indudablemente podría aumentar la afluencia de visitantes a la ciudad.

Por otro lado, el proyecto *Guadalajara 2020* nace de una asociación apartidista, formada por un grupo de ciudadanos, académicos y empresarios que genera conciencia cívica, proyectos público-privados y une las voluntades de todos los actores de la sociedad tapatía, para la construcción de un entorno metropolitano más armónico, sostenible, ordenado y disfrutable. Entre sus compromisos figuran el apoyo a la gobernanza, la corresponsabilidad asumida, la cooperación mutua en busca de una ciudad equitativa, y la gestión y el conocimiento técnico de calidad para encontrar soluciones óptimas a los problemas actuales que afronta la ciudad.

Además de los ya mencionados, existen numerosas agrupaciones que promueven la recreación y el esparcimiento en áreas naturales bajo el principio de desarrollo turístico sustentable. Algunos de estos grupos o colectivos son: *Pueblitos de México, México Eco-Alternativo, Jalisco al Natural, Grupo Ecologista El Colli, De Mochilazo, Vive Zapopan, Eco-tours Zapopan, Amigos de la Barranca*, entre otros. Estos promotores turísticos llenan, con recursos limitados, el vacío de la gestión y promoción turística de los recursos locales.

6.4. El turismo, una actividad multisectorial

La actividad turística, al igual que muchas otras, no es un sector que se desarrolle unilateralmente, sino que requiere del apoyo y soporte interinstitucional e intersectorial, si es que se quiere aumentar la competitividad turística de los destinos. En este sentido, en la ZMG se han creado una serie de alianzas para fortalecer el sector turístico, particularmente entre la iniciativa privada, la SECTUR, la SECTURJAL y los ayuntamientos metropolitanos.

Ejemplo de ello es el Fideicomiso de Turismo de la ZMG, a través del cual representantes del sector público y privado trabajan en mutua colaboración bajo un esquema financiado por el estado de Jalisco. El Comité Técnico del mismo está integrado por representantes de las Secretarías de Turismo estatal y federal, la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas de la entidad y los gobiernos

municipales de Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan. Por su parte, la iniciativa privada participa a través de la Asociación de Hoteles y Moteles de Jalisco, la Asociación de Inversionistas y Empresas Turísticas y la CANACO.

El más reciente proyecto encabezado por este Fideicomiso lleva por nombre *Ciudad Luz*, el cual otorgará a Guadalajara en 2013 un presupuesto de 12 millones de pesos para renovar la iluminación de la Catedral, además de gestionar 30 millones más en el Presupuesto de Egresos del Estado de 2014 para limpiar y remodelar 30 puntos del Centro Histórico de la ciudad.

Otra de las alianzas más significativas para el desarrollo de la actividad turística en la ZMG es el Fideicomiso Expo Guadalajara. Bajo esta figura legal representantes de la Cámara de la Industria de Calzado del Estado de Jalisco, la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara, la Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del Estado de Jalisco y la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, así como el gobierno de la entidad y los gobiernos municipales de Guadalajara y Zapopan, reinvierten utilidades y otorgan presupuestos a favor de este importante recinto ferial y motor económico de la ciudad.

Expo Guadalajara es el centro de exposiciones más dinámico, versátil e importante en el país y con gran proyección en Latinoamérica, en el cual se realizan eventos de talla nacional e internacional, entre ellos: La Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), La Expo Nacional Ferretera y la Expo Mueble Internacional. Además, fue el centro de operaciones y prensa de los XVI Juegos Panamericanos, celebrados en la ZMG en el año 2011; este evento fue significativo debido a la renovación y edificación de infraestructura deportiva y a la recepción de visitantes de los diferentes países participantes.

De acuerdo a cifras oficiales, en el año 2012 Expo Guadalajara generó una derrama económica de más de 7 mil 500 millones de pesos y concentró una afluencia total de 2.5 millones de personas. La Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), por ejemplo, en tan sólo una semana logró reunir aproximadamente 750 mil visitantes, constituyéndose como el evento turístico más importante de la ZMG.

A pesar del avance en alianzas estratégicas existe un rezago desde el sector público. Las diferentes dependencias aún no han podido establecer mecanismos de cooperación en pro de la protección, apoyo y auxilio del turista. Los temas de seguridad, medio ambiente y movilidad son algunas de las asignaturas pendientes que deben revisar las dependencias correspondientes.

7. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

Para que la actividad turística se pueda desarrollar de una forma óptima es prerrequisito indispensable garantizar instalaciones y servicios a los viajeros que les permitan desplazarse a los destinos turísticos de su interés. Además, la infraestructura es particularmente relevante en el desarrollo de un país, ya que:

> Los efectos que ejercen la disponibilidad de acceso a la infraestructura y sus servicios, en interacción con la dotación de recursos físicos y naturales, los marcos político-institucionales y el contexto histórico, configuran las características propias de las economías que sustentan y condicionan la vida de sus habitantes (Perroti y Sánchez, 2011:15).

Así pues, en este apartado se analiza la infraestructura económica de la ZMG, especialmente la infraestructura del transporte (aeropuertos, carreteras, puertos, ferrocarriles, y movilidad urbana). La inversión, creación, ampliación y modernización de las infraestructuras son parte importante de la estrategia del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2019 para mejorar la conectividad del país. Algunas de las principales líneas de acción propuestas para mejorar el sector carretero son: la modernización, la construcción de libramientos, entronques, distribuidores y accesos, utilizar nuevos esquemas de financiación para generar más este tipo de obra pública, garantizar una mayor seguridad vial y utilizar sistemas inteligentes de transporte.

Durante el primer semestre de 2013, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) anunció una inversión mínima de 1.3 billones de pesos en infraestructura, transporte y telecomunicaciones; esta inversión incluye un portafolio de proyectos para responder a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2019. Entre los estados que más recibirán apoyo para construir esta obra pública se encuentran: Sonora, Sinaloa, Colima, Chiapas, Campeche, San Luis Potosí y Jalisco, entre otros (SCT, 2013).

Entre los principales proyectos de inversión destacan 15 autopistas, 29 carreteras, 16 libramientos, siete puentes, siete puertos marítimos y siete aeropuertos, seis sistemas articulados de transporte urbano, cuatro tramos de trenes de carga y tres trenes de pasajeros.

7.1. La infraestructura de México en el contexto global

Recientemente Schwab (2012) presentó un reporte publicado por el Foro Económico Mundial sobre la calidad de la infraestructura de un total de 144 países. En dicho reporte, México se ubica en el lugar 65 en cuanto a calidad de la infraestructura en general (incluyendo transporte, energía y comunicaciones). El puntaje más alto lo obtiene en la calidad de la infraestructura aeroportuaria y el puntaje más bajo lo obtiene en la calidad de la infraestructura ferroviaria (véase Tabla 7.1.).

TABLA 7.1. Calidad de la infraestructura de México en el contexto global

Indicador (2012)	Puntaje/valor (de 0 a 7)	Posición (de 144 países)
Calidad de la infraestructura general (a)	4.4	65
Calidad de la Infraestructura carretera	4.5	50
Calidad de la infraestructura ferroviaria	2.8	60
Calidad de la infraestructura portuaria	4.3	64
Calidad de la infraestructura aeroportuaria	4.8	64

(a) Incluye infraestructura de transporte, energía y telecomunicaciones.
Fuente**:** Elaboración propia con base en información de Schwab (2012: 257).

Congruente con el reporte de Schwab (2012), Blanke y Chiesa (2013) elaboran otro reporte para el Foro Económico Mundial, y enfatizan que uno de los principales problemas que enfrenta México es su infraestructura. Mencionan que es la infraestructura terrestre, y no la aeroportuaria, la que requiere de importantes mejoras para ser competitivo. El reporte indica que México ocupa el lugar 50 de un total de 150 países en lo que a calidad de carreteras se refiere, y se posiciona en el sexto lugar a nivel América (véase Tabla 7.2.).

México tiene una buena infraestructura aeroportuaria que se encuentra relativamente bien desarrollada, sobre todo si se compara con otras naciones de América Latina (Vaca, 2012); pero sólo el 2.5% de los desplazamientos en el país se hacen en avión, mientras que el 96% de los pasajeros se desplaza por vía terrestre en la República Mexicana.

Un problema en materia de infraestructura, tanto para México como para otros países de América Latina, parece estar relacionado con la inversión, puesto que ésta no ha evolucionado al mismo ritmo que la demanda de servicios de infraestructura. La incorporación del sector privado a través de la concesión de obra pública tampoco ha sido eficaz en el aumento de obras de infraestructura y la

calidad de las mismas. Esto puede ser un obstáculo serio para el desarrollo económico de la región (Tomassian, Pérez y Sánchez, 2010).

TABLA 7.2. Infraestructura de México en el contexto global.

Calidad de las carreteras a nivel mundial

Posición mundial	País (140 países)	Posición mundial	Región América
1	Francia	16	Canadá
2	Emiratos Árabes	20	Estados Unidos
3	Singapur	23	Chile
4	Portugal	33	Barbados
5	Omán	49	Panamá
6	Suiza	50	México

Calidad del transporte terrestre a nivel mundial

Posición mundial	País (140 países)	Posición mundial	Región América
1	Suiza	16	Barbados
2	Hong Kong	19	Canadá
3	Singapur	23	Estados Unidos
4	Finlandia	25	Chile
5	Alemania	29	Uruguay
6	Japón	36	México

Fuente**:** Elaboración propia con base en información de Blanke y Chiesa (2013: 418).

Uno de los mayores retos para México, y en general para toda la región de América Latina es invertir más en infraestructura y equipamiento urbano. Se requiere de un gasto por encima del 2% del Producto Interno Bruto (PIB) para alcanzar el nivel de otras regiones; por ejemplo, los países que conforman la zona asiática llegan a invertir entre el 3% y 6% de su PIB en este tipo de obras, tal es el caso de China y Corea del Sur (Perroti y Sánchez, 2011).

7.1.1. La infraestructura de Jalisco en el contexto nacional

Jalisco es uno de los cinco estados de la República Mexicana que mayores flujos de turistas recibe. Es el tercer receptor de flujo de turistas nacionales, sólo por detrás del Distrito Federal que ocupa el primer lugar y de Guerrero que se ubica en la segunda posición. Quintana Roo es la entidad que más número de turistas internacionales recibe, seguido por la Ciudad de México, Baja California Sur, Baja California y Jalisco (véase Tabla 7.3.).

En este sentido, Tello, Cerda y Pardo (2012) elaboraron un reporte sobre el Índice de Competitividad Turística de los Estados Unidos Mexicanos. El reporte utiliza varias dimensiones; una de ellas es la relacionada con el flujo de personas y medios de transporte, que sirve para medir la conectividad que tiene un estado con el resto del país (utiliza información sobre la infraestructura carretera y aérea principalmente). En este aspecto, el primer lugar lo obtiene el Distrito Federal, seguido por Querétaro, Quintana Roo, Tlaxcala y en la quinta posición está Jalisco.

TABLA 7.3. Entidades con mayor flujo de turistas, México (2010)

Turistas nacionales		Turistas internacionales	
Posición	**Entidad**	**Posición**	**Entidad**
1	Distrito Federal	1	Quintana Roo
2	Guerrero	2	Distrito Federal
3	Jalisco	3	Baja California Sur
4	Veracruz	4	Baja California
5	Chihuahua	5	Jalisco

Fuente**:** Elaboración propia con información de Tello, Cerda y Pardo (2012: 39).

El principal medio de transporte para los turistas nacionales que visitan la ZMG es el automóvil, con el 60.4%, mientras que para el caso de los turistas internacionales es el avión, con el 71.8% (FONATUR, 2013) (véase Tabla 7.4.).

TABLA 7.4. Medios de transporte de viajeros en la ZMG, 2011

Viajeros nacionales	
Medio de Transporte	**%**
Avión	6.3
Autobús	32.0
Automóvil	60.4
Yates y Cruceros	No aplica
Caminando	-
Otros	1.4
Viajeros internacionales	
Medio de transporte	**%**

Avión	71.8
Autobús	6.1
Automóvil	17.8
Yates y Cruceros	No aplica
Caminando	-
Otros	4.2
Fuente**:** Elaboración propia con base en información del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR, 2013: 197).	

7.2. Infraestructura aeroportuaria

A principios de 1995, el Estado mexicano inició un proceso de concesión al sector privado de las terminales aéreas; ello implicó la integración de cuatro grupos regionales para administrar y operar los aeropuertos: Pacífico, Centro Norte, Sureste y Ciudad de México. En el caso de Jalisco, tanto Guadalajara como Puerto Vallarta, cuentan con aeropuertos internacionales concesionados por el gobierno al Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP), quien además administra y opera otros 10 aeropuertos en Aguascalientes, Guanajuato, Hermosillo, La Paz, Los Cabos, Los Mochis, Manzanillo, Mexicali, Morelia y Tijuana.

7.2.1. Jalisco en cifras

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

7.2.2. Conectividad aérea de Guadalajara

El Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo de Guadalajara ocupa el tercer lugar nacional por número de pasajeros. Cifras recientes muestran que un total de 7.4 millones de pasajeros pasaron por sus instalaciones de septiembre de 2011 a septiembre 2012. Además, Guadalajara se situó en segundo lugar en movimientos aéreos, en cuanto a aterrizajes y despegues, para el mismo periodo, con un total de 127 mil 643 movimientos (véase Tabla 7.5.).

TABLA 7.5. Pasajeros y movimientos anuales por aeropuerto en México, 2011-2012			
Posición	**Aeropuerto**	**Pasajero**	**Movimientos**
1	Ciudad de México	28,733,306	370,136
2	Cancún	14,129,610	125,061
3	Guadalajara	7,442,124	127,643
4	Monterrey	6,013,041	88,081
5	San José del Cabo	2,950,759	35,662
6	Puerto Vallarta	2,562,836	38,790
Fuente: Elaboración propia con base en información de Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, 2012.			

En cuanto a número de plazas aéreas ofertadas semanalmente, Guadalajara ocupa la tercera posición a nivel nacional, con 65 mil 964 asientos para mercado doméstico y 32 mil 500 para el mercado internacional. A pesar de que el aeropuerto de la ciudad de Guadalajara tienen una importante oferta de plazas semanales, experimentó un descenso medio anual del 1.4% durante el periodo 2007 a 2011. Estas cifras mejoraron entre 2010 y 2011, cuando se presentó un importante crecimiento del 28.4%, probablemente influenciado por la organización y celebración en la capital del estado de los Juegos Panamericanos (FONATUR, 2013).

La infraestructura y el transporte aéreos tienen un gran potencial para contribuir al aumento del flujo de pasajeros internacionales y domésticos en México. Los aeropuertos más competitivos y vanguardistas en el mundo están en la región Asia-Pacífico; debido, en parte, por el auge económico que se ha experimentado en dicha región en los últimos años, lo que hace que cuenten con una infraestructura aeroportuaria relativamente más joven que la de países de Norteamérica y Europa. En 2011, el Consejo Internacional de Aeropuertos (*Airports Council International*) presentó una lista de los cinco mejores aeropuertos en el mundo, siendo todos ellos de la Región Asía-Pacífico: Seúl (Corea del Sur) ocupó la primera posición, seguido por Singapur (Singapur), Beijín (China), Hong Kong (China), y Nagoya (Japón) respectivamente.

Los aeropuertos de Seúl y Singapur, por ejemplo, se han especializado en lo que se conoce como servicios de bienestar para los pasajeros (véase Tabla 7.6.). Estos aeropuertos vanguardistas ofrecen instalaciones y servicios que contribuyen al bienestar del pasajero, tales como: centros culturales, jardines temáticos, servicios de masaje, sauna, reflexología, sillas reclinables en espacios de baja luminosidad, habitaciones para dormir y zonas de juegos orientados a las familias que viajan con niños, entre otras actividades. Estos servicios y equipamientos son una parte importante para el llamado *turismo de bienestar*, en el que los turistas

buscan servicios que contribuyan a su salud y buen estado físico y mental, tanto en el destino de elección, como en su trayecto para llegar a él (Wray, Laing y Voight, 2010). Asimismo, estos aeropuertos utilizan un enfoque multidimensional en el que la eficiencia y eficacia de los servicios y equipos son indispensables, pues consideran que el aeropuerto es la primera impresión de los viajeros al llegar a su destino de elección (Fodness y Murray, 2007). Es en el aeropuerto en donde muchas veces se comienzan a vender los atractivos del destino.

TABLA 7.6. Comparativo de servicios y equipamientos: Aeropuertos Ordinarios *vs*. Aeropuertos Vanguardistas.

AEROPUERTOS ORDINARIOS	**AEROPUERTOS VANGUARDISTAS** (a)
Guadalajara	**Incheon (Corea del Sur) y Changi (Singapur)**
○ Centros de consumo ○ Salas VIP ○ Agencias de viajes ○ Acceso a Internet ○ Alquiler de automóviles ○ Servicios bancarios ○ Estacionamiento ○ Acceso al transporte público ○ Acceso a personas con movilidad limitada	✓ Centros culturales, museos y galerías (permanentes) ✓ Eventos culturales todo el año (conciertos, danza, coros, exposiciones) ✓ Jardines temáticos y senderos (dentro y fuera de la terminal) ✓ SPA (masajes, sauna, regaderas, reflexología), salones de belleza y gimnasios ✓ Habitaciones privadas para dormir, sillas reclinables y baja luminosidad ✓ Reguladores de temperatura inteligentes (mayor/menor número de personas en la terminal en relación al clima en el exterior) ✓ Centro de negocios, salas de juntas, servicio secretarial ✓ Visitas turísticas a la ciudad (estancias mínimas de 5 horas en vuelos de conexión, servicio gratuito) ✓ Zona de juegos para niños (televisiones, consolas de juegos, salas de cine) ✓ Servicios personalizados para personas con capacidades diferentes

(a) Comprende los servicios y equipamientos de los aeropuertos ordinarios, además los que se enlistan en esta columna.
Fuente**:** Elaboración propia con base en información del Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP), Airport en Corea del Sur y Changi Airport en Singapur.

Comparado con la oferta de otros aeropuertos, el de Guadalajara presenta instalaciones y servicios que podrían ser considerados como *básicos*. Es decir, se

trata de la oferta mínima indispensable para que los pasajeros puedan permanecer en el aeropuerto sin verse obligados a salir de las instalaciones: centros de consumo, acceso a Internet, servicios bancarios, oficinas de alquiler de autos, estacionamiento y tiendas. Esto difiere mucho del tipo de servicios y equipamientos complementarios presentes en muchos de los aeropuertos mencionados anteriormente, y que indudablemente contribuyen a que el pasajero experimente una estadía placentera que exceda sus expectativas. Esto cobra aún más importancia si la intención es incrementar el número de pasajeros de alto poder adquisitivo procedentes de países emergentes, como el mercado asiático, tal y como recientemente informó la Secretaria de Turismo a nivel federal en su visita a China (SECTUR 2013a). Para ello es necesario entonces buscar servicios de alta calidad que cubran con las expectativas de estos segmentos, ya que, como se ha mencionado, la región asiática cuenta con excelentes instalaciones y servicios aeroportuarios, por lo que sus expectativas de los mismos en otros países han de ir en esta dirección también.

7.2.3. Transporte aeropuerto–ZMG

Existe el servicio de *Shuttle Xpress*, se trata de un vehículo para 20 personas aproximadamente que parte de la Glorieta de la Minerva, de la ciudad de Guadalajara. El costo es de 70 pesos y llega a la terminal terrestre del Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo. El horario de servicio es de lunes a viernes, lo cual es una limitante.

Así también, se cuenta con dos rutas de autobuses que salen de la antigua Central de Autobuses, la cual está cerca del Centro Histórico de la ciudad de Guadalajara, el costo es de seis pesos y la frecuencia de salidas es cada 15 minutos, con horario de las 6:00 a 22:00 horas. Los autobuses llegan a los andenes de dicha Terminal Terrestre. El autobús de pasajeros es un transporte ordinario, no es un servicio especializado para turistas nacionales y extranjeros, es decir, carece de difusión y no tiene espacios exclusivos para equipaje de gran dimensión (más de 15 kgs.); por lo regular, los empleados del aeropuerto son quienes utilizan este transporte; en la terminal terrestre hay un cartel con información sobre las rutas, los horarios y los costos. Las empresas que ofrecen este servicio son Autotransportes Chapala–Guadalajara y ATASA.

Un problema que presenta la terminal aérea es la tarifa excesiva que cobran los taxis. Por ejemplo, del aeropuerto a la zona de Expo Guadalajara es de 300 pesos mínimo, es decir, el equivalente a un boleto de autobús de Guadalajara a Barra de Navidad (Costa Sur de Jalisco), y el costo es similar del centro de la ciudad al aeropuerto.

7.3. Infraestructura carretera

El sistema de carreteras es de vital importancia para cualquier nación, al igual que México, en cuanto a su capacidad productiva y su competitividad. La infraestructura carretera contribuye al transporte de bienes y servicios de un país, además del papel clave que desempeña en la movilidad geográfica del turista. La red de carreteras y caminos de México es de 374 mil kilómetros, mientras que la red de carreteras federales es de 49 mil kilómetros: de ellos, 8 mil 400 kilómetros son de cuota y 40 mil 600 kilómetros son de carreteras libres (SCT, 2013).

Tan sólo el 36% de la red viaria está pavimentada y conservada, esto le resta competitividad al país en general, especialmente cuando se compara con otros destinos. Por ejemplo, en España el 100% de sus carreteras están pavimentadas (véase Tabla 7.7.), y, aunque también es cierto que la superficie territorial de México es casi cuatro veces la de España, otros muchos países más extensos también presentan este porcentaje, como en el caso de China. Por lo tanto, la buena movilidad terrestre debe de ser una prioridad para México, sobre todo si se toma en cuenta que el 96% de los desplazamientos que se dan en el territorio nacional son por vía terrestre (SCT, 2013).

TABLA 7.7. Infraestructura carretera. Indicadores de México y otros países.

País	Superficie Km^2 (millones)	Carreteras (Km)	Pavimentadas	Pavimentadas %	Densidad (Km/Km^2) (a)
Brasil	8,547	1,751,868	96,353	6	0.20
Chile	757	80,505	16,745	21	0.11
Argentina	2,780	231,374	69,412	30	0.08
México	**1,958**	**366,341**	**132,973**	**36**	**0.19**
Canadá	9,971	1,042,300	415,600	40	0.10
Portugal	92	82,900	71,294	86	0.90
China	9,598	3,583,715	3,386,015	94	0.37
España	506	681,224	681,224	100	1.37

(a) Kilómetros lineales de carretera por kilómetros cuadrados de territorio.
Fuente**:** Elaboración propia con base en información del Centro de Análisis de Políticas Públicas (2011: 8).

En el caso de Jalisco sólo el 10% de las carreteras de cuatro carriles están pavimentadas, lo que ubica al estado en el 13° lugar en ese indicador a nivel nacional. Las cinco entidades federativas con porcentajes más altos en carreteras pavimentadas de cuatro carriles son: el Distrito Federal con un 47% de sus carreteras de cuatro carriles, Chihuahua con el 21.9%, Nuevo León con un 16.8%, Colima con 16.1% y Sinaloa con 14.9% (Tello, Cerda y Pardo, 2012).

La longitud total de la infraestructura carretera en Jalisco, según datos de diciembre de 2011, era de 12 mil 736 kilómetros, de los cuales, mil 955 kilómetros correspondían a carreteras federales, 3 mil 848 kilómetros a carreteras alimentadoras (vía secundaria), y 6 mil 932 kilómetros a caminos rurales (SCT, 2013). Jalisco ocupa el penúltimo lugar nacional en el porcentaje de carreteras pavimentadas, sobre el total de carreteras, por lo que ha de ser un objetivo a mejorar tanto para el beneficio de la población local como de los visitantes, dado que Jalisco es la segunda entidad federativa por volumen en flota vehicular de pasajeros a nivel nacional.

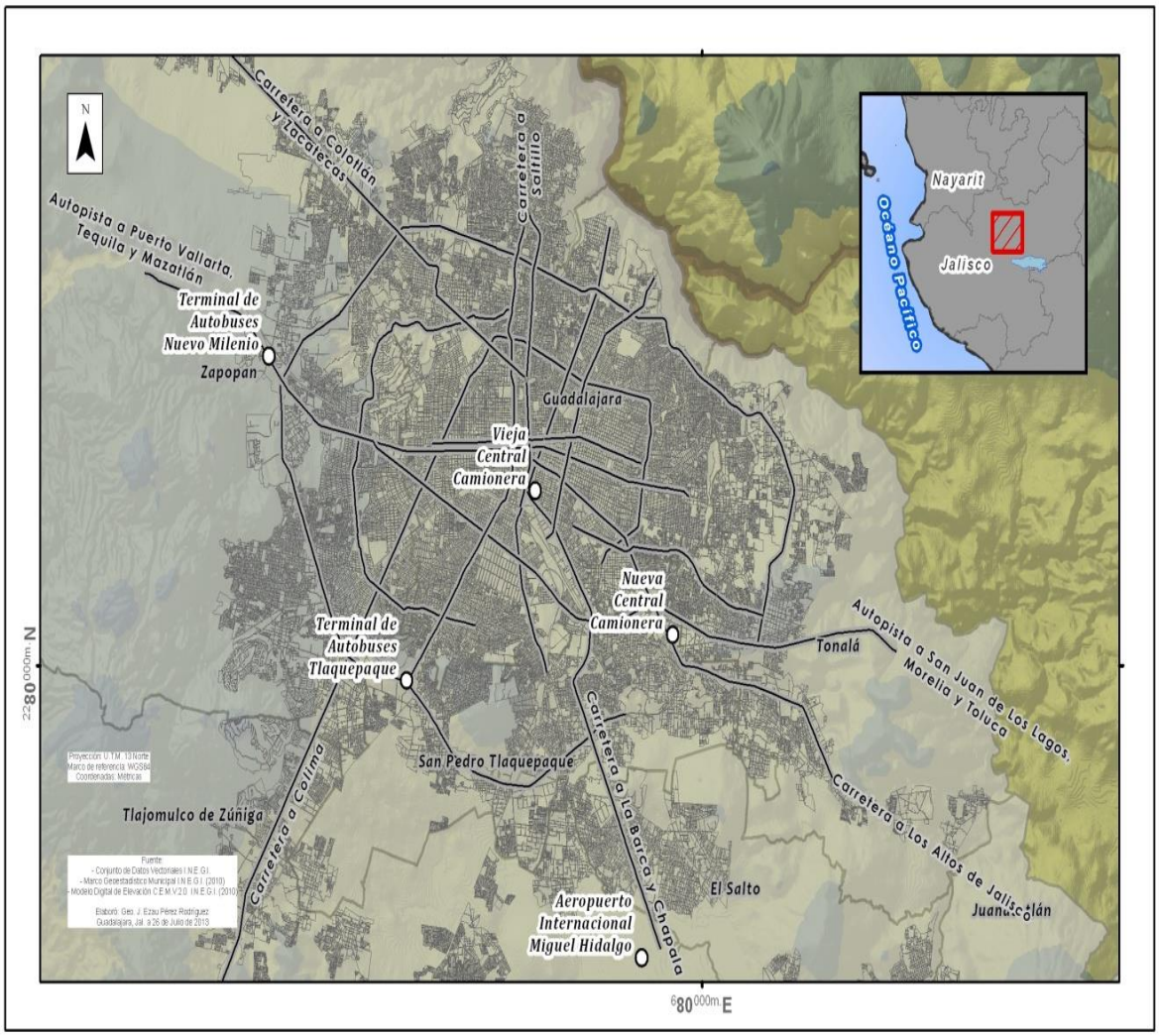
7.3.1. Paisajes escénicos y turismo carretero

Las carreteras también son espacios por excelencia para la apreciación de paisajes. La mayoría de los análisis en competitividad de destino hablan de la infraestructura carretera desde un enfoque utilitario, en el que la carretera parece estar desconectada del producto turístico en cierta manera; sin embargo, no debe olvidarse que el tránsito por la misma es requisito indispensable para llegar al destino elegido. De hecho, si se observa este hecho desde distinto enfoque, sería interesante considerar que para muchos turistas transportarse por carretera es ya hacer turismo, y el trayecto por sí mismo es parte integral de la experiencia de vacacionar (Denstadli y Jacobsen, 2011).

Las experiencias de otros países (sobre todo desarrollados) indican que aún queda mucho por hacer para mejorar, incrementar y modernizar las carreteras en la República Mexicana. México en general y Jalisco en particular, tienen numerosas opciones para empezar a manejar nuevos productos en el que los caminos escénicos y las rutas turísticas jueguen un papel importante que contribuya a diversificar nuestros mercados y a mejorar nuestra competitividad turística.

7.4. Conectividad carretera de la ZMG

Las principales vías de comunicación a Guadalajara son: la carretera federal 80, con entronque a la carretera México 54; la carretera federal 23, trayecto Zacatecas a Guadalajara; la carretera federal 15, trayecto Tepic a Guadalajara; la carretera federal 70, trayecto Ameca a Guadalajara; la carretera federal 80, trayecto Barra de Navidad a Guadalajara; la carretera federal 110, trayecto Colima a Guadalajara; la carretera federal 180, trayecto San Luis Potosí a Guadalajara, y la carretera federal 190, trayecto Irapuato a Guadalajara (véase Mapa 7.1.).



MAPA 7.1. Conectividad carretera y aeroportuaria de la ZMG

En 2011 el mayor aforo vehicular en el estado se presentó en el ramal a Ameca, con un Tránsito Diario Promedio Anual (TDPA) de 325 mil 804 vehículos, de los cuales: el 84.6% correspondieron a vehículos privados, el 2.8% a transporte de autobús, y el 12.6% restante a transporte de carga. Otras carreteras con importante aforo vehicular en el estado de Jalisco son la carretera Guadalajara-Tepic y Guadalajara-Jocotepec (véase Tabla 7.8.).

TABLA 7.8. Aforo vehicular por carretera, 2011.				
Estación	**Cantidad (Km)**	**TDPA**(a)	**Automóvil %**	**Autobús %**
Ameca-Mascota	118.1	6,935	89.3	2.47
Ent. Santa Cruz-Melaque	257.4	61,286	88.0	2.34
Ent. Tesistan-Malpaso	275.0	32,656	87.6	2.71
Guadalajara- Ent. Jocotepec	**76.5**	**179,983**	**84.6**	**2.82**
Guadalajara-Tepic	**224.0**	**280,553**	**79.5**	**3.65**
Guadalajara-Zacatecas	311.8	58,117	69.9	3.05
Jiquilpan-Guadalajara	166.0	125,760	84.3	3.79
Lagos de Moreno-Guadalajara	63.5	31,413	53.3	6.98
Ramal a Ameca	**53.0**	**325,804**	**84.6**	**2.8**
Zapotlanejo-Guadalajara Cuota	26.0	31,873	7.3	5.6
Acatlán de Juárez-El Trapiche (cuota)	148.0	42,288	73.3	4.2
Atlacomulco-Zapotlanejo (cuota)	375.0	103,970	78.4	5.99
Guadalajara-Tepic (cuota)	168.6	47,164	66.3	11.24
Zapotlanejo-Lagos de Moreno	118.9	82,520	64.0	8.64
TOTAL		**1'461,535**	**72.6**	**4.76**

(a) Transito diario promedio anual.
Fuente**:** Elaboración propia con base en datos del FONATUR (2013: 452).

7.4.1. Oferta de transporte foráneo en la ZMG

La ZMG cuenta con cuatro centrales de autobuses: 1) la conocida como la Vieja Central de Autobuses, ubicada en el municipio de Guadalajara; 2) la Nueva Central de Autobuses de Guadalajara, localizada en Tlaquepaque (la más importante en cuanto al número de pasajeros y calidad en el servicio); 3) la Terminal Nuevo Milenio, en el municipio de Zapopan; y 4) la Terminal Tlaquepaque (en el municipio del mismo nombre). En conjunto cuentan con un total de 34 empresas transportistas de pasajeros, que ofrecen 575 rutas a destinos nacionales. La flota total de autobuses tiene una capacidad para transportar a 71 mil 892 pasajeros y para ofrecer hasta 6 mil viajes (FONATUR, 2013) (véase Tabla 7.9.).

TABLA 7.9. Afluencia de viajes y pasajeros en la ZMG					
Terminal	**Número de rutas**	**Número de viajes diarios**	**Viajes diarios %**	**Pasajeros diarios**	**Pasajeros diarios %**
Nueva Central	450	5,057	84	27,483	38
Vieja Central	105	855	14	38,024	53
Central Nuevo Milenio	20	131	2	6,385	9
Terminal Tlaquepaque	ND	ND	ND	ND	ND
TOTAL	**575**	**6,042**	**100**	**71,892**	**100**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FONATUR (2013: 443).

La Nueva Central de Autobuses ofrece el mayor número de servicios diarios, unos 5 mil desplazamientos al día. No obstante que es la Vieja Central de Autobuses la que transporta al mayor número de pasajeros por día, estos son desplazamientos interurbanos y en gran cantidad de personas que tienen su fuente de trabajo o estudio en Guadalajara, pero que residen en localidades a las afueras de la ciudad.

El número de viajes diarios que realizan las cuatro centrales en conjunto es de 6 mil 042 viajes, lo que significa que manejan un volumen de pasajeros por día de 71 mil 892 personas entre las distintas empresas prestadoras del servicio (véase Tabla 7.10.).

TABLA 7.10. Las 10 empresas de transporte terrestre con mayor número de rutas en foráneas ZMG.

Posición	Empresa	Número de rutas
1	Flecha Amarilla	62
2	Primera Plus	56
3	Rojo de los Altos	38
4	Expreso Futura	36
5	Ómnibus de México	36
6	Senda	32
7	Enlaces Terrestres Nacionales [ETN]	30
8	Turistar	27
9	Ómnibus de Oriente	23
10	Autotransportes	22

Fuente: Elaboración propia con base en datos del FONATUR (2013: 445).

Algunas empresas transportistas ofrecen servicios especializados a los pasajeros en autobuses de diferentes categorías: lujo, ejecutivo y primera clase. Pero son las rutas regulares, y no las de lujo, las que tienen el porcentaje más alto de desplazamientos. La Central Nuevo Milenio o *Terminal Zapopan* ofrece el 55% de sus rutas en clase regular, seguido por clase primera con un 35%, y la clase ejecutiva con un 10%. La Vieja Central de Autobuses ofrece en clase regular el 42% de sus rutas, le sigue clase primera con el 40%, clase de lujo con el 10%, y clase ejecutiva y económica con 4% cada una. La Nueva Central de Autobuses ofrece el 50% de sus rutas en clase regular, 37% en primera, 7% de lujo, 4% en económica y 2% en ejecutivo.

Las rutas de mayor afluencia hacia y desde Guadalajara son la Ciudad de México y otras ciudades y destinos turísticos de la región Occidente de México (véase Tabla 7.11.).

TABLA 7.11. Los 10 destinos con mayor número de rutas desde y hacia Guadalajara (diarias).		
Posición	**Destino**	**Número de rutas**
1	Ciudad de México	17
2	Lagos de Moreno	12
3	Aguascalientes	10
4	Nuevo Laredo	10
5	Puerto Vallarta	10
6	Colima	9
7	Zacatecas	9
8	Manzanillo	8
9	San Juan de los Lagos	8
10	Tepatitlán	8
Fuente: Elaboración propia con base en información de FONATUR (2013a: 447).		

Según datos del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR, 2013), el número de movimientos de autobuses foráneos de transporte de pasajeros para el año 2011 fue superior a un millón, en los que transportaron a más de 11 millones de pasajeros (véase Cuadro 7.12.).

TABLA 7.12. Movimiento de autobuses y pasajeros en ZMG, 2011.		
	Movimientos de Autobuses	**Movimientos de Pasajeros**
Llegadas	593,867	4,478,529
Salidas	445,163	6,849,627
TOTAL	**1’039,030**	**11,328,156**
Fuente: Elaboración propia con base en datos de (FONATUR, 2013: 449).		

7.5. Infraestructura ferroviaria

En 1995 el Estado Mexicano concesionó a empresas particulares el uso y la explotación de las vías férreas. La red ferroviaria está dividida en tramos, y las principales compañías que la operan son: Grupo Ferroviario Mexicano, Ferrosur, Línea Coahuila-Durango y Compañía de Ferrocarriles Chiapas-Mayab, entre otras. Se cuenta con una red férrea de 26 mil 703 kilómetros de extensión, de los cuales 20 mil 702 son de vía principal (troncales y ramales), 4 mil 446 son de vía secundaria y 1 mil 555 son de vías particulares (INEGI, 2011).

Jalisco cuenta con un total de mil 109 kilómetros de vías, de las cuales 751 son troncales y ramales, 272 son secundarias y 85 son particulares (INEGI, 2012) (véase Tabla 7.13.).

TABLA 7.13. Jalisco en cifras: infraestructura ferroviaria, 2011.

Concepto	Nacional	Jalisco	Lugar nacional
Vías férreas por cada mil km2 de superficie (km) (a)	13.6	14.1	19 de 30

(a) Comprende troncales y ramales, secundarias y particulares.
Fuente: Elaboración propia con base en información de INEGI (2012).

En México, la red ferroviaria fue elemental en el transporte de personas hasta la primera mitad del siglo XX. Actualmente, la infraestructura ferroviaria no está considerada como una vía clave en el desplazamiento de los flujos nacionales e internacionales de viajeros en el país, y los ferrocarriles son actualmente utilizados como un medio de transporte de grandes volúmenes de mercancías a bajo costo.

7.5.1. Trenes turísticos

Existen básicamente dos tipos de servicios ferroviarios para movilizar a personas. El primero es el que transporta pasajeros (turistas y viajeros) en trayectos que normalmente son de mediana y larga trayectoria. Este tipo de servicio incluye, en muchos casos, el desplazamiento de personas dentro de un circuito urbano y los suburbios. Es decir, dicho transporte puede movilizar a pasajeros de una ciudad a otra (incluso de un país a otro) y también puede proporcionar servicio de un punto a otro punto dentro de la ciudad (trayectos urbanos) (Blancheton y Marchi, 2013).

El segundo tipo de servicio ferroviario es el que se conoce como el servicio de trenes turísticos. No se trata de un servicio para uso exclusivo de los turistas, pero su objetivo principal es ofrecer un producto que atraiga a los visitantes a la zona, tanto por la experiencia que se ofrece en el mismo tren como por la oferta turística de los lugares de origen y destino. Los trenes turísticos ofrecen rutas que enfatizan la herencia cultural del país y que hacen emerger la nostalgia por el uso de este transporte (*Ibídem*).

Guadalajara sólo cuenta con dos trenes turísticos de corta distancia. Uno de ellos es el *Tequila Express* que cubre la ruta Guadalajara-Amatitán. Este tren inició sus operaciones en 1997 y es operado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara (CANACO). El objetivo del servicio de *Tequila Express* es rescatar y revivir el tren de pasajeros y ser pioneros en una nueva forma de hacer turismo, difundiendo al mismo tiempo los tres pilares de identidad nacional:

mariachi, tequila y charrería. El otro tren turístico es el *José Cuervo Express* que cubre la ruta Guadalajara-Tequila con recorridos de fin de semana y nocturnos, y cuenta con vagón de pasajeros de lujo. El recorrido de este tren permite que los pasajeros puedan conocer el *Paisaje Agavero*, declarado Patrimonio de la Humanidad en el año 2006 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Los trenes turísticos de larga trayectoria son también muy utilizados, principalmente en Europa. Por ejemplo, en 2010 Francia movilizó por este medio a más de 4.5 millones turistas que dejaron una derrama económica de más de 60 millones de euros. Además, la industria ferroviaria de Francia genera cerca de mil puestos de trabajo, de los cuales 600 son directos y 400 indirectos (Blancheton y Marchi, 2013).

Otro ejemplo es el *Express de Glacier* en Suiza, inaugurado en 1930 y, desde entonces, uno de los trenes turísticos más famosos del mundo. Viaja de Zermatt a Davos, con opción de escala en St. Moritz, en un tiempo de aproximado de 7 horas. Recorre cerca de 91 túneles y cruza 291 puentes. El tren facilita un servicio de audio para que los turistas escuchen información histórica y descriptiva de los lugares que recorre (*Ibídem*).

En México, el tren turístico de mediana trayectoria más popular, es el tren Chihuahua–Pacífico, conocido como «*El Chepe*». Su trayecto inicia en la ciudad de Chihuahua y termina en Los Mochis, Sinaloa. Es un recorrido con una duración de 16 horas, en el que el turista conoce increíbles parajes naturales de la Sierra Tarahumara.

7.5.2. Trenes de alta velocidad

Si bien los trenes turísticos son una opción por la que apuestan muchos países, otros como España, han optado por invertir en ferrocarriles que atienden a turistas y viajeros en general para cubrir sus necesidades de desplazamiento por el territorio español. El modelo español apuesta por los trenes de alta velocidad (AVE), como opción más competitiva para esta modalidad de transporte (CCIM-CEIM, 2008). Como ejemplo, la ciudad de Madrid se conecta a través del AVE, con Sevilla, Córdoba, Málaga, Zaragoza, Valladolid, y Barcelona, entre otras ciudades.

España es uno de los países con mayor número de kilómetros que ofrecen servicio de alta velocidad, con más de 2 mil 200 kilómetros. Además, se espera

que para el 2020 el 90% de los españoles estén viviendo a menos de 50 kilómetros de distancia de una estación de alta velocidad. También se busca que la red de alta velocidad llegue a las fronteras con Francia y Portugal, lo que facilitará el sistema de comunicaciones con estos y otros países en Europa, con las innumerables ventajas económicas que esto conlleva (CCIM-CEIM, 2008).

7.6. Movilidad

En los últimos años se han presentado cambios importantes en la movilidad urbana de muchas ciudades a nivel mundial. Esto se debe principalmente a los cambios sociales, económicos y tecnológicos que experimentan las urbes y que cambian los modelos urbanos tradicionales (Lizárraga, 2006). Lo paradójico, como señala esta autora, es que gran parte del tiempo ganado por la disminución de las jornadas laborales se dedica ahora a los desplazamientos en las grandes urbes. Además, el aumento de los ingresos, sobre todo en los países en vías de desarrollo provoca un aumento en cuanto al número de personas con automóvil, convirtiendo a los automóviles privados en uno de los medios de transporte más utilizados en las áreas urbanas (*Ibídem*).

La actividad turística no está exenta del impacto que generan los nuevos modelos de movilidad urbana, ya que el principal objetivo de la movilidad no reside en el movimiento mismo, sino en el acceso a los recursos del territorio (servicios públicos, comercios, conocimiento). La movilidad se convierte así, en un elemento fundamental para conocer la diversidad del mundo y acceder a sus recursos. Sin posibilidad de circulación, las personas quedan excluidas de participar en la vida colectiva y en el intercambio con el otro (Mendoza-Hauchecorne, 2013: 572).

7.6.1. Transporte y movilidad en la ZMG

En relación al parque vehicular, Guadalajara tiene registrado 1.5 millones vehículos de transporte individual motorizado (automóvil, motocicleta y taxi), de los cuales el 95% son automóviles. Al mismo tiempo, cuenta con alrededor de 4,700 vehículos de transporte colectivo.

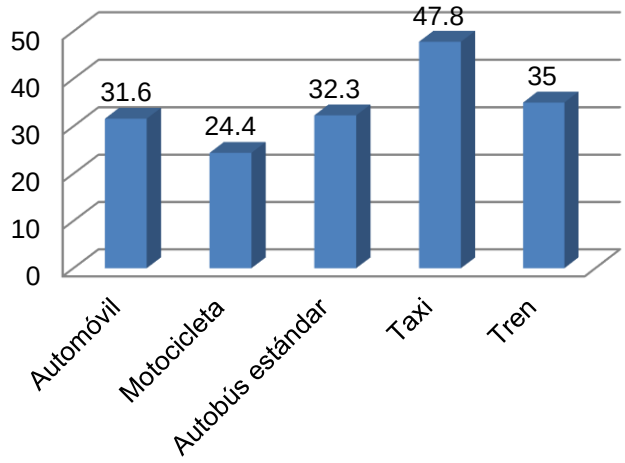
De acuerdo al Banco de Desarrollo de América Latina, los costos de utilización de transporte individual motorizado en ZMG ascienden a 2 mil millones de dólares anuales (el 89% en automóviles). El costo de utilizar el transporte colectivo asciende a 552 mil millones de dólares anuales (el 29% del costo en transporte individual). El costo unitario promedio de un viaje en automóvil por día asciende a poco más de dos dólares, mientras que en medios de transporte colectivo es de

aproximadamente 60 centavos de dólar (aproximadamente el 25% del costo en automóvil). En lo que respecta a los accidentes viales por este tipo de transporte, la ZMG presenta una tasa alta de 15 víctimas mortales por cada 100 mil habitantes. Los peatones conforman el grupo con mayor porcentaje de víctimas (el 52% del total) (Banco de Desarrollo de América Latina, 2011).

El transporte colectivo realiza el 31% de los desplazamientos diarios en la ZMG, el cual está constituido por autobuses, Macrobús, tren ligero y autobuses. El uso del transporte individual (automóvil, motocicleta, taxi y bicicleta) representa un 32%, mientras que el 37% de los desplazamientos se realizan a pie.

El tiempo promedio de viaje en la zona es de 32 minutos para automóvil y taxi. Al observar el tiempo promedio de viaje en transporte colectivo, éste es de 48 minutos para los autobuses y de 35 minutos para el tren (véase Gráfica 7.1.).

GRÁFICA 7.1. Tiempo promedio de viaje por modo de transporte



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco de Desarrollo de América Latina (2011).

En el 2007, 17 empresas de transporte público prestaron servicio con más de 4 mil 500 vehículos convencionales y 450 unidades con servicio para discapacitados; estas unidades cubrieron las necesidades del 36.3% de los pasajeros transportados en la ZMG. Además prestaron servicio dos líneas de tren eléctrico urbano, conformado por 24 kilómetros de longitud y 29 estaciones. Estas líneas cubrieron el 7.5% de la demanda de pasajeros de esta zona (*Ibídem*)

En relación a los principales indicadores del transporte colectivo, según esta misma fuente, se cuenta con cerca de 15 mil trabajadores en los servicios de este

tipo de transporte. Los vehículos en neumáticos ofrecen 322 mil puestos (el 93% del total) y los de rieles 24 mil puestos de trabajo. El Índice de Pasajeros por Kilómetro cuadrado (IPK) se ubica cerca del promedio de varias ciudades de América Latina, con un valor de 2.3 pasajeros por kilómetro en medios neumáticos y 6.0 pasajeros en rieles.

La tarifa mínima promedio es de 0.46 dólares americanos para autobuses y trenes; esta tarifa promedio está por debajo de las tarifas de muchas ciudades importantes de América Latina (véase Tabla 7.14.).

TABLA 7.14. Resumen de los indicadores de transporte colectivo

Indicador	Valor
Flota	4,607 autobuses 80 carros de tren
Recursos humanos	14,912
IPK (pasajeros por kilómetro)	Neumáticos: 2.3 Rieles: 6.0
PVD (km/vehículo/día)	Neumáticos: 260 Rieles: 436
Tarifa mínima (en dólares americanos)	Autobús: 0.46 Tren: 0.46

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Desarrollo de América Latina (2011: 198).

En lo que respecta a la infraestructura vial de la ZMG, se observa que no existe prioridad de uso para modos colectivos de transporte. La prioridad para los peatones alcanza apenas el 0.02% del total de sus vías (véase Tabla 7.15.).

TABLA 7.15. Resumen de los indicadores de estructura vial

Indicador	Valor
Kms. de vía	11.045
Intersecciones con semáforos	1,300
Vías con prioridad para peatones	25 kms.
Vías con prioridad para ciclistas	n/d
Vías con prioridad para transporte público	n/d

Los datos son con respecto a la longitud de las vías utilizadas por los autobuses
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Desarrollo para América Latina (2011: 199).

Aunque el transporte público de la ZMG atiende a los principales ejes de desplazamiento radial, uno de sus principales problemas es la deficiencia de corredores transversales integrados con los ejes radiales. En su conjunto, el esquema de transporte colectivo de autobuses presenta una superposición de rutas y servicios de baja eficiencia y un alto nivel de riesgo. En este sentido, y tras un detallado análisis técnico, se propone consolidar en la ZMG una red integral de transporte público sobre 10 vialidades principales que, al conformarse en red, se denominarían *corredores de movilidad*, y englobarían diversas características especiales en materia de infraestructura urbana y de operación. Estos corredores propuestos fortalecerían la integración de los sistemas de movilidad al tomar como punto de partida el transporte público de alta capacidad.

Parte de los objetivos o la misión de los proyectos de transporte público en la ZMG incluyen desarrollar una movilidad no motorizada para promover la infraestructura ciclística y peatonal, con fines medioambientales y de ahorro económico. Al mismo tiempo, se busca trabajar en una educación urbana con el fin de que tanto la población local como los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad se vean favorecidos.

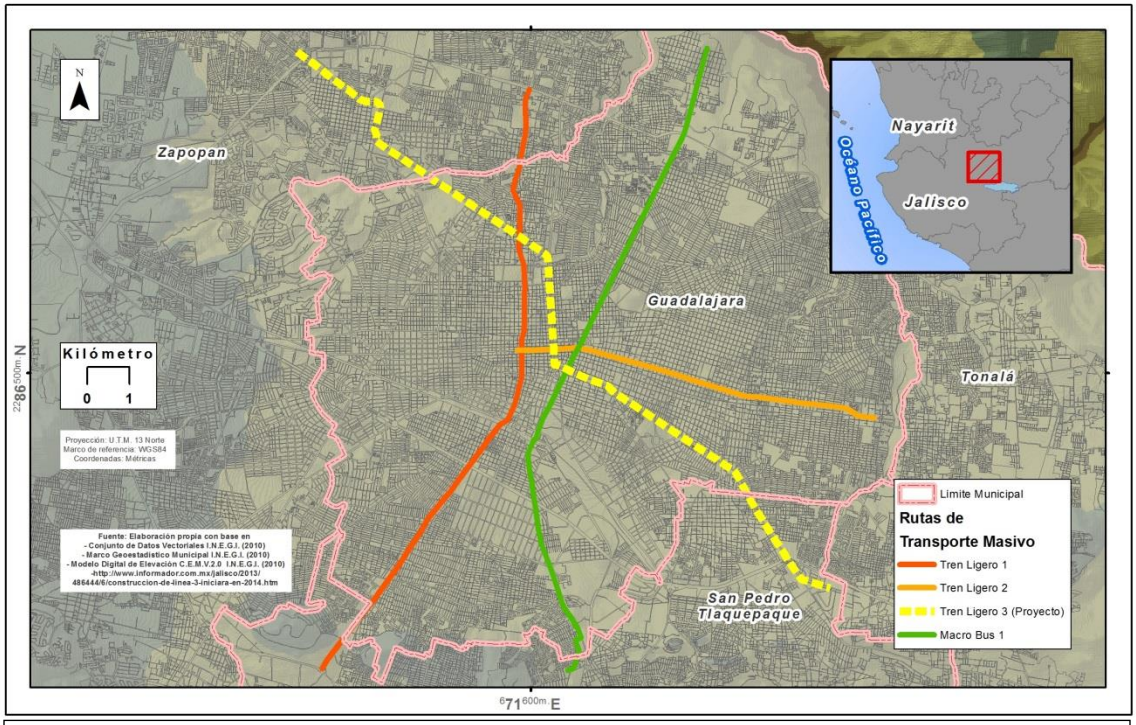
En cuanto a los costos anuales por habitante, según modo de transporte individual o colectivo, las personas que utilizan transporte individual gastan anualmente cerca de tres veces más que las que utilizan transportes colectivos. De tal forma, que la mejora del transporte público puede contribuir sin duda a disminuir los gastos familiares por desplazamientos en la ciudad.

Hasta el momento, no se puede hablar de una consolidación de la llamada *red integral del transporte público* de la ZMG; sin embargo, parece que ya se está al menos trabajando al respecto. Indiscutiblemente que este proyecto es muy necesario para esta zona, porque poco más del 61% de la población de Jalisco reside en ella, y la mayoría de estas personas dependen de un medio de movilidad urbana para trasladarse. Este traslado, al margen del nivel económico de que se trate, se realiza en un marco caótico e inseguro. Ante esta situación, es preciso replantear con urgencia el desarrollo urbano, la movilidad y su relación con el desarrollo económico, social y político de la ciudad.

7.6.2. Perspectivas de movilidad

La ZMG presenta un atraso en infraestructura vial y redes de transporte público eficientes. El sistema de transporte actual apenas cuenta con servicios eficientes

que satisfagan las demandas de una metrópoli como ésta. Las dos líneas de tren ligero y la línea de Macrobús se muestran insuficientes ante el crecimiento acelerado de la ciudad. En este sentido, se han presentado diversos proyectos como más líneas de Macrobús, tren de gravitación, redes de tranvía o nuevas líneas de tren ligero; siendo este último el medio de transporte más aceptado entre los habitantes locales.



MAPA 7.2. Proyección de la Línea 3 de Tren Ligero para la ZMG

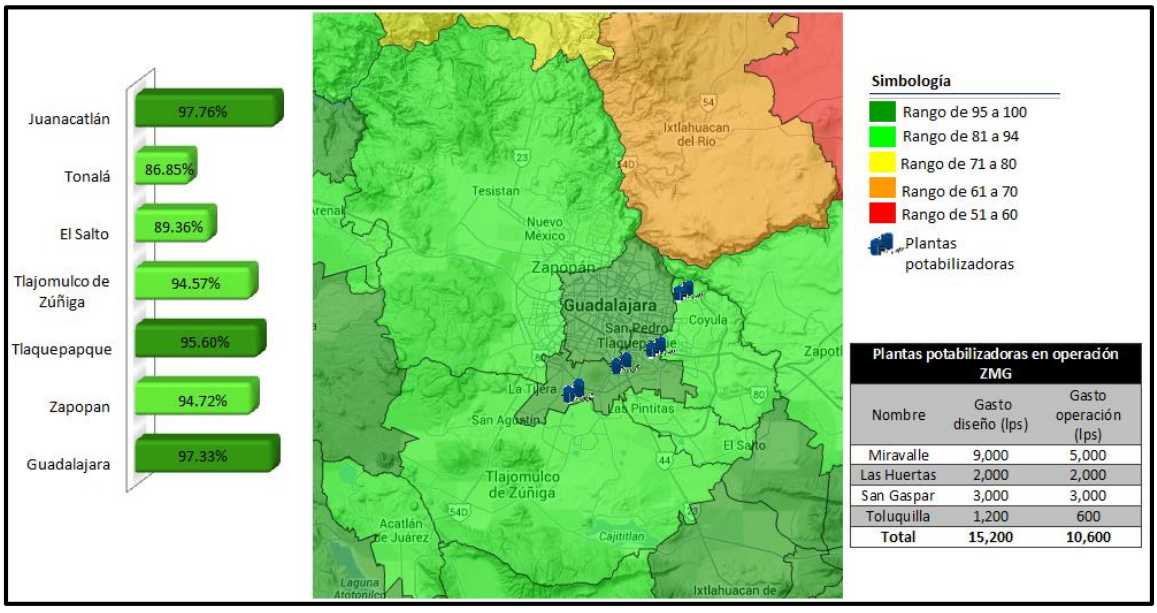
El pasado 19 de septiembre de 2013 fue anunciado por el Secretario de Hacienda, durante una visita a Guadalajara, que el proyecto final de la Línea 3 del tren ligero correría del municipio de Zapopan, hasta el también municipio metropolitano Tlaquepaque (véase Mapa 7.2.). La construcción de dicha obra, según comentó, comenzará en 2014. Este nuevo proyecto conectará a los viajeros desde la Nueva Central de Autobuses en Tlaquepaque, cruzando el Centro Histórico de la ciudad de Guadalajara, hasta el Valle de Tesistán en Zapopan, con lo cual los traslados serán más rápidos y económicos.

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

La sustentabilidad del entorno juega un papel importante para el adecuado desarrollo y continuidad de diversas actividades humanas, entre las que destaca el turismo. De nada sirve el aprovechamiento del recurso natural si éste no es bien utilizado, ni se garantiza su permanencia. De ahí que a continuación, se analiza el uso de este tipo de recursos.

8.1.1. Agua potable, saneamiento y tratamiento de aguas residuales

De acuerdo con la Comisión Estatal del Agua (CEA, 2013), los acueductos Presa Calderón y Chapala-Guadalajara, suministran respectivamente 1 mt^3/segundo y 5.5 mts^3/segundo, que hacen el total 6.5 mts^3/segundo de agua a la ZMG. En este sentido, los municipios mejor abastecidos de esta zona son Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan, no siendo el caso para Tonalá y el El Salto (véase Imagen 8.1.).



Plantas potabilizadoras en operación ZMG

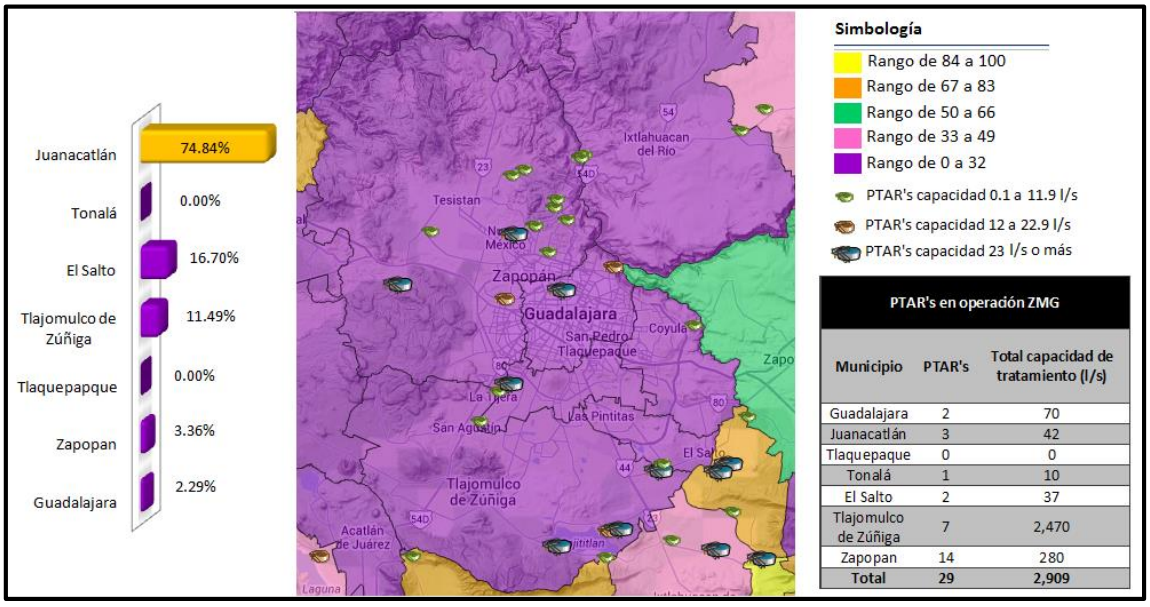
Nombre	Gasto diseño (lps)	Gasto operación (lps)
Miravalle	9,000	5,000
Las Huertas	2,000	2,000
San Gaspar	3,000	3,000
Toluquilla	1,200	600
Total	**15,200**	**10,600**

IMAGEN 8.1. Cobertura de agua potable por municipio en la ZMG.
Fuente: Comisión Estatal de Agua (CEA, 2013)

A nivel municipal, Guadalajara recibe agua potable mediante red pública en casi un 95%; le sigue Juanacatlán con un 92.8%; Zapopan con el 87%; Tlaquepaque con el 86%; Tlajomulco con el 82% y Tonalá con el 81%. En términos generales, el 86% de los municipios recibe agua de la red pública, en tanto que un 11% se

suministra de otras fuentes como llaves públicas, hidrantes, pipas, pozos, ríos y arroyos (CEA, 2013).

En lo que respecta a la infraestructura para saneamiento de aguas residuales de la ZMG, existe el túnel colector conocido como San Gaspar-San Juan de Dios, de una longitud de 10 km. y un diámetro de 2.5 m. En cuanto al sistema de colectores, la infraestructura existente alcanza 159 km. de longitud. Un sistema de subcolectores apoya a la infraestructura de saneamiento con otros 152 km. de tuberías, por lo que, en su conjunto, el sistema alcanza más de 300 km. en total. Este sistema de colectores es confinado hacia diversas Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), entre las que se encuentran: Río Blanco, con capacidad para tratar 150 lt./segundo; Juanacatlán, 40 lt./segundo; El Salto, 32 lt./segundo, y Atequiza 25 lt./segundo. Así mismo, se pusieron en marcha dos grandes proyectos para tratar las aguas residuales que se vierten al río Santiago. Las PTAR Agua Prieta (Zapopan) y El Ahogado (El Salto y Tlajomulco de Zúñiga) han venido a mitigar el grave problema de contaminación del río; sin embargo, aún son insuficientes para tratar todas las aguas residuales y, mucho menos, para sanear el río (véase Imagen 8.2.).



PTAR's en operación ZMG

Municipio	PTAR's	Total capacidad de tratamiento (l/s)
Guadalajara	2	70
Juanacatlán	3	42
Tlaquepaque	0	0
Tonalá	1	10
El Salto	2	37
Tlajomulco de Zúñiga	7	2,470
Zapopan	14	280
Total	**29**	**2,909**

IMAGEN 8.2. Cobertura de PTAR por municipio en la ZMG.
Fuente: CEA (2013)

Como se observa en la imagen anterior, el municipio de Tlaquepaque, con una población de más de 500 mil habitantes, no cuenta con una sola PTAR, lo cual

sugiere una urgente necesidad de atender esta problemática.

En la ZMG el 85% de las viviendas se encuentran conectadas a la red pública de drenaje. Destaca Guadalajara con el 95% de sus viviendas; le sigue Zapopan con el 90%; Tlaquepaque con 89%; Tonalá con el 86%; Tlajomulco con el 81%, Juanacatlán con el 78 y El Salto 70% (CEA, 2013a).

Con base en esta información oficial, un promedio del 11% de las viviendas de la ZMG no cuenta con acceso al sistema público de saneamiento de aguas. En este sentido, existen profundas diferencias entre los grados de cobertura de este sistema, ya que por ejemplo El Salto y Juanacatlán mantienen el mayor porcentaje de viviendas con fosas sépticas, con el 24% y el 18% respectivamente. Tlajomulco, Tlaquepaque y Tonalá, en este mismo orden, presentan el 8%, 5% y 6% de viviendas con fosa séptica. Zapopan, por su parte, aparece con un 3% de las viviendas con este tratamiento doméstico de aguas residuales. En Guadalajara, el porcentaje de fosas sépticas sólo representa el 0.13%. El porcentaje de viviendas de la ZMG que desecha aguas residuales en barrancas o grietas es menor al 0.3%.

Desde el año 2005 se mantienen indicadores similares en materia de suministro de agua potable y servicio de alcantarillado en la ZMG. La cobertura más amplia en ambos rubros corresponde al municipio de Guadalajara con un 97% de atención del servicio en viviendas. En el caso de Zapopan la atención desde el año 2005 es de una media del 94% en cuanto al agua potable y del 93% en alcantarillado. Tlaquepaque, por su parte, en el año 2011 tenía el 96% de su población con servicio de agua potable y al 94% cubierta con el servicio de drenaje.

En resumen, durante el 2011 en la ZMG se aprecia un 94% de cobertura en el servicio de agua potable y un 89% en la cobertura del servicio de alcantarillado. El déficit de atención en la infraestructura hidráulica y de saneamiento es evidente, y requiere grandes inversiones que beneficien a la población local y a la demanda de estos servicios por parte de los turistas.

8.1.2. Manejo de residuos sólidos

Según datos de la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET, 2013), el volumen de residuos sólidos por persona varía por municipio. En Zapopan se producen mil 237 toneladas de basura al día; le siguen Guadalajara con 760 toneladas y Tlaquepaque con 616 toneladas. Tonalá y

Tlajomulco de Zúñiga generan 427 y 155 toneladas de basura al día, respectivamente; y por último, en Juanacatlán un total de 6 toneladas al día.

Respecto a la capacidad de recolección de estos residuos, el número de vehículos y su equipamiento varía de municipio a municipio. Es así que Zapopan cuenta con 198 unidades para la recolección de basura; Guadalajara 166; Tlaquepaque 75; Tonalá 35; Tlajomulco 32; El Salto 13 y Juanacatlán 3 vehículos. En suma, la capacidad de recolección de basura está condicionada en gran medida por el equipamiento y la logística de cada municipio; siendo el promedio de toneladas recolectadas en la ZMG por unidad vehicular de 6.6 toneladas al día (SEMARNAT, 2012).

Pese a que los municipios de Guadalajara y Zapopan son los más densamente poblados, existen notables diferencias entre ellos respecto a la generación de residuos al día: contrastan las 760 toneladas diarias generadas en Guadalajara con las mil 238 toneladas de Zapopan. En cualquier caso, el promedio de deshechos per cápita de la ZMG es de 1.01 kgs. (*Ibídem*).

En conjunto, la ZMG genera 3 mil 305 toneladas de residuos sólidos al día. Esta cantidad es transferida a las respectivas estaciones de tratamiento, donde se procesa mediante un sistema de separación, clasificación y disposición final. Las cuatro estaciones de la metrópoli tienen capacidad de tratamiento de unas mil 700 toneladas al día, pero en realidad reciben cantidades de residuos muy superiores a las que pueden gestionar (véase Tabla 8.1.). Esta situación evidencia la fragilidad del sistema de manejo de desechos sólidos municipales desde un punto de vista sustentable, así como la escasa concienciación ciudadana respecto a la reducción en la generación de residuos en el hogar. Por tanto, existe una necesidad urgente de contar con mayores y mejores estaciones de transferencia para desarrollar una mayor capacidad en el manejo de los residuos y, en consecuencia, una mejor disposición final en los rellenos sanitarios.

TABLA 8.1. Estaciones de transferencia de residuos de la ZMG

Estación	Tipo	Capacidad (ton/día)
18 de marzo	Cerrada	750
Matatlán	Abierta	450
Los Belenes	Abierta	ND
Toluquilla	Cerrada	500
Total		1,700

Fuente: Elaboración propia con base en (SEMADET, 2013)

La disposición final de los residuos sólidos se realiza en los rellenos sanitarios que existen en la ciudad. Al respecto, existen sólo dos instalaciones de este tipo: Relleno Sanitario Metropolitano Poniente “Picachos” (en Zapopan) y Relleno Sanitario “Los Laureles” (en Tonalá). No obstante, dichos rellenos no cumplen en su totalidad la normatividad ambiental. Uno de los principales problemas que han presentado es el derrame de lixiviados que contamina los cuerpos de agua aledaños. A pesar de que se han implementado plantas de tratamiento de lixiviados, éstas han sido insuficientes. Otro problema es que se ha extendido, por lo menos en Picachos, el ciclo de vida del relleno, pues de momento no hay otra opción para depositar tales residuos, lo cual exhibe que se sobrepasa la capacidad del sitio.

8.1.3. Áreas verdes

Según datos de investigadores del Instituto de Astronomía y Meteorología de la Universidad de Guadalajara, la ZMG cuenta con apenas 3m^2 de áreas verdes por habitante (Universidad de Guadalajara, 2013), es decir, se tiene un déficit en esta materia, pues la Organización Mundial de la Salud (OMS) afirma que debe haber un mínimo de 9 metros cuadrados de áreas verdes por habitante (OMS, 2013). Además, las áreas verdes están mal distribuidas, ya que mientras en el Poniente de la ciudad hay algunos fraccionamientos, como Chapalita y Providencia, que cuentan con hasta 14 m^2; otras zonas en el Oriente de la ciudad de Guadalajara, como Tonalá y Oblatos, apenas rondan el metro cuadrado por habitante.

9. PROTECCIÓN TERRITORIAL

La ZMG es una gran metrópoli compuesta por municipios disímiles en su dinámica territorial. En conjunto, esta zona muestra una urbanización en constante crecimiento con partes significativas de su superficie dedicadas a diversas actividades económicas.

La conurbación de la ZMG propicia un auge en la edificación de vivienda de las áreas periféricas, lo cual a su vez incrementa la presión en la demanda de servicios básicos en los municipios metropolitanos. De acuerdo con el *Plan Municipal de Desarrollo Guadalajara 2013-2015*, los efectos de este crecimiento se manifiestan en la limitada generación de empleos, el insuficiente sistema de servicios públicos, el aglutinamiento en las vías de acceso y el envejecimiento de la infraestructura urbana, todo lo cual, impacta de forma notable en su capacidad de regeneración económica y social. Esto también se ha visto directamente reflejado en la caída en los niveles de inversión (H. Ayuntamiento de Guadalajara, 2013: 18).

Los problemas ambientales derivados del crecimiento acelerado poblacional y urbano se concentran en la pérdida de biodiversidad, contaminación de mantos freáticos, sobreexplotación de acuíferos, baja capacidad de tratamiento de aguas residuales, contaminación del aire e inadecuado manejo integral de residuos sólidos. No obstante que la ZMG requiere estrategias sólidas y claramente definidas que le permitan un desarrollo con un enfoque sustentable, los esfuerzos realizados al respecto han sido insuficientes. Por tal motivo, en el citado plan municipal, los retos por alcanzar se centran en lo territorial, lo urbano, lo económico, la equidad social, la gobernanza local y la gestión eficaz de la ciudad.

En el caso del territorio del municipio de Guadalajara, éste en su mayoría es suelo urbanizado, y como la mayoría de esta superficie se encuentra ya ocupada por asentamientos humanos, la urbanización se ha ido extendiendo hacia los municipios colindantes, como por ejemplo Zapopan, ubicado en el Norte y de gran extensión territorial, en comparación con el resto de los metropolitanos. El uso del suelo en este último municipio está destinado principalmente a la actividad agrícola (54.9%), seguida por la actividad pecuaria (26.6%), uso forestal (12.8%); tan sólo un porcentaje mínimo está urbanizado (4.4%) (Ayuntamiento de Zapopan, 2013).

En lo que corresponde al uso territorial de Tlaquepaque, este municipio no presenta diferencia significativa con respecto a Zapopan, pues aquí también se

dedica la mayor parte de su suelo a actividades agrícolas, pecuarias y forestales, sólo una pequeña parte es suelo urbano.

Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga continúan con la misma dinámica de uso del suelo que los municipios antes citados. Sin embargo, en los últimos años en Tlajomulco se llevó a cabo un acelerado crecimiento urbano. De hecho, es el municipio que presenta mayor aumento de entre los que integran la ZMG, con una tasa superior al 10% anual (INEGI, 2010). Una de las explicaciones a este fenómeno en particular, es la menor plusvalía del terreno en comparación con el valor que muestran otras áreas de los municipios de Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque, lo que ha propiciado el acelerado cambio de uso de suelo, de agrícola a habitacional.

La superficie del municipio de El Salto, por su parte, se destina a la actividad agrícola y muy pocas hectáreas a la urbanización (INEGI, 2013). Una de las principales actividades económicas en el municipio es la industrial. El denominado “Corredor Industrial El Salto” agrupa una importante cantidad de empresas nacionales y transnacionales, principalmente del ramo automotriz, alimenticio y electrónico.

De conformidad con la información anterior, se resalta que aun cuando la mayoría del uso de suelo es agrícola, seguido por las actividades pecuarias y forestales, la tendencia en estos municipios es el crecimiento urbano, es decir, la expansión de los asentamientos humanos sobre el territorio.

Por último, un problema muy común en México, incluso en otras partes del mundo, es la pérdida constante de población que padecen los centros históricos, principalmente de Guadalajara. Se trata de un problema complejo que de no revertirse, seguirá la tendencia a tener un patrimonio cultural de gran valor turístico, en espacios vacíos, deshabitados, inseguros, sobre todo en las noches, y con mínimas condiciones de calidad de vida.

9.1. Ordenamiento territorial

Toda delimitación geográfica requiere de un ordenamiento. En México, el *Ordenamiento Ecológico* es uno de los principales instrumentos de la política ambiental que sienta las bases para planificar el uso del suelo. Se trata de un marco básico para la gestión integral del territorio nacional y el aprovechamiento de los recursos que se encuentran en él.

El Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio (POEGT), bajo la responsabilidad del Instituto Nacional de Ecología (INE), tiene como objetivo la

instrumentación de acciones ambientales en diferentes actividades relacionadas con el uso y ocupación del territorio. Los fines de este programa contemplan aspectos que van más allá de la protección y la conservación de la biodiversidad, ya que también incluyen garantizar certidumbre a la inversión pública y seguridad social, con el fin de desarrollar diversas actividades en el lugar (INE, 2013).

Para su implementación a nivel institucional, el POEGT es coordinado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), con el apoyo del INE y con la colaboración de diversas Secretarías de Estado y otras dependencias gubernamentales como el INEGI. En síntesis, este instrumento de la planificación sirve para definir la vocación de cada una de las partes del territorio, es decir, para delinear el correcto funcionamiento de éste.

En la ZMG, ante el acelerado crecimiento del tejido urbano, se han tomado acciones para proteger el territorio que aún no experimenta actividades antrópicas excesivas. Dichos instrumentos se orientan, en su mayoría, en la declaración de Área Natural Protegida (ANP´s).

Las disposiciones establecidas por la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA) en su artículo 76, y aquéllas relativas al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), señalan la importancia que las áreas protegidas tienen, por su relevancia nacional, en la conservación de la biodiversidad y las condiciones ecológicas.

9.2. Imagen urbana como activo turístico

Muchas ciudades, en busca de su inclusión competitiva en el mundo, han concebido la imagen de la ciudad como mercancía para atraer inversores, ciudadanos y consumidores (Sánchez y Moura, 2005). La imagen de una ciudad no sólo se considera como un factor clave en la elección de los turistas para visitar un destino turístico, sino también constituye un elemento más del producto turístico, debido a que:

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

Entonces, las ciudades fácilmente identificables suelen ser más competitivas que aquéllas que no tienen una identidad definida. Singapur, por ejemplo, optimizó sus recursos naturales urbanos y gracias a eso ahora se le conoce como “la ciudad jardín”; mientras que la expansión de áreas verdes, parques urbanos temáticos y parques étnicos, hacen de Curitiba (Brasil) “la capital ecológica”. Este tipo de ciudades modelo logran emerger cuando se conjuntan una serie de condiciones tales como: el diseño urbano y la universalización de servicios, la movilidad y la accesibilidad, el uso y la ocupación del suelo, y la valoración de los atractivos urbanos a partir de la identidad y las cualidades ambientales (Sánchez y Moura, 2005).

Guadalajara, como muchas ciudades en América Latina, fue fundada muchos siglos antes de que existiera el concepto de imagen urbana y emergieran las ciudades-modelo. El crecimiento demográfico, el crecimiento económico y el impacto territorial de los distintos fraccionamientos de la ciudad han generado un proceso de desarticulación, degradación y subutilización de muchas zonas, lo que afecta tanto a residentes como a turistas que la visitan. Existen elementos que hacen pensar que la actual imagen de la ciudad se puede cambiar, sin embargo, hasta el momento no puede afirmarse que existan cambios significativos que indiquen una transformación real de la ciudad.

Al respecto, existe un estudio que busca desarrollar algunos circuitos turísticos en Guadalajara y su zona metropolitana, incluye aspectos relacionados con el mejoramiento de la imagen urbana (FONATUR, 2013). Este estudio identifica varias zonas prioritarias entre las que destacan: el corredor Cabañas, el Centro Histórico de Tlaquepaque, la calle Lafayette, el Centro Histórico de Zapopan, el poblado de Tonalá, el Barrio del Santuario, el Parque Morelos, entre otras.

Algunos de los aspectos de imagen urbana de la ZMG que requieren cambios y mejoras son: el incremento de arbolado urbano, espacios abiertos y áreas verdes; el embellecimiento y remodelación de fachadas de inmuebles; una mejor conservación de las esculturas y otras obras de arte existentes; la estandarización de criterios en cuanto a las vallas publicitarias y la colocación de anuncios; una mejor señalización, incluyendo indicaciones específicamente turísticas; el perfeccionamiento y aumento del mobiliario urbano; la instalación de cableado subterráneo; el mantenimiento de cruces peatonales; la mejora de banquetas y pavimentos de las calles; el mejoramiento de los puestos semifijos y ambulantes; y la colocación de luminaria arquitectónica, entre otros aspectos.

Además, es importante mencionar que el municipio de Guadalajara cuenta con un reglamento de imagen urbana que menciona explícitamente la necesidad de mejorar, mantener y preservar bienes inmuebles históricos, plazas, parques, ornato, vegetación, banquetas, camellones y vialidades, así como la regulación del mobiliario urbano y cualquier elemento que contribuya a definir el estilo arquitectónico de la ciudad (H. Ayuntamiento de Guadalajara, 2009).

Ciertamente que contar con un reglamento de imagen urbana y programas de mejora urbana para Guadalajara es un primer paso en la dirección correcta; sin embargo, la imagen de una ciudad también se genera en base a la calidad de vida de sus habitantes. Por lo tanto, la mejora sustancial de la imagen urbana de la zona no se debe basar exclusivamente en el embellecimiento visual de la misma, sino que, al mismo tiempo, deberían solucionarse los distintos problemas de pobreza, marginación social e inseguridad de su población. En definitiva, la imagen urbana que se pretenda lograr de una ciudad no puede estar desconectada de aquellos que la habitan; los habitantes son parte integral de la imagen urbana.

10. PROTECCIÓN AMBIENTAL Y PAISAJE

10.1. Áreas Naturales Protegidas en la ZMG y su incorporación al turismo

La ZMG se encuentra rodeada por distintos elementos naturales que han sido incorporados a diferentes esquemas de protección municipal, estatal y federal (véase Tabla 10.1. y Mapa 10.1.).

10.1.1. Bosque La Primavera

Dentro de la ZMG se tiene acceso a un bosque cuasi urbano, situado en los municipios de Zapopan, Tala, Tlajomulco de Zúñiga y El Arenal. Está constituido por coníferas del tipo *pinus* y *quercus* que dominan el paisaje, plasmado sobre la conjunción de diversos factores como el tipo de suelo, roca y vegetación, además del micro clima que logra conjuntarse con los domos y cono de lava que le rodean y dan forma, dado que el bosque está soportado en lo que antiguamente era una caldera volcánica de derrumbe. Todos estos aspectos, junto con la espectacular vista paisajística que brinda a la parte oriente de la ciudad, hacen de éste un lugar importante que preservar.

Por contener rocas volcánicas intrusivas en su subsuelo, el Bosque La Primavera cuenta con áreas de aguas termales y atractivos lugares para la caminata y el senderismo. Este bosque cubre más de 30 mil hectáreas y abarca distintos municipios de la región.

TABLA 10.1. Áreas Naturales Protegidas en la ZMG

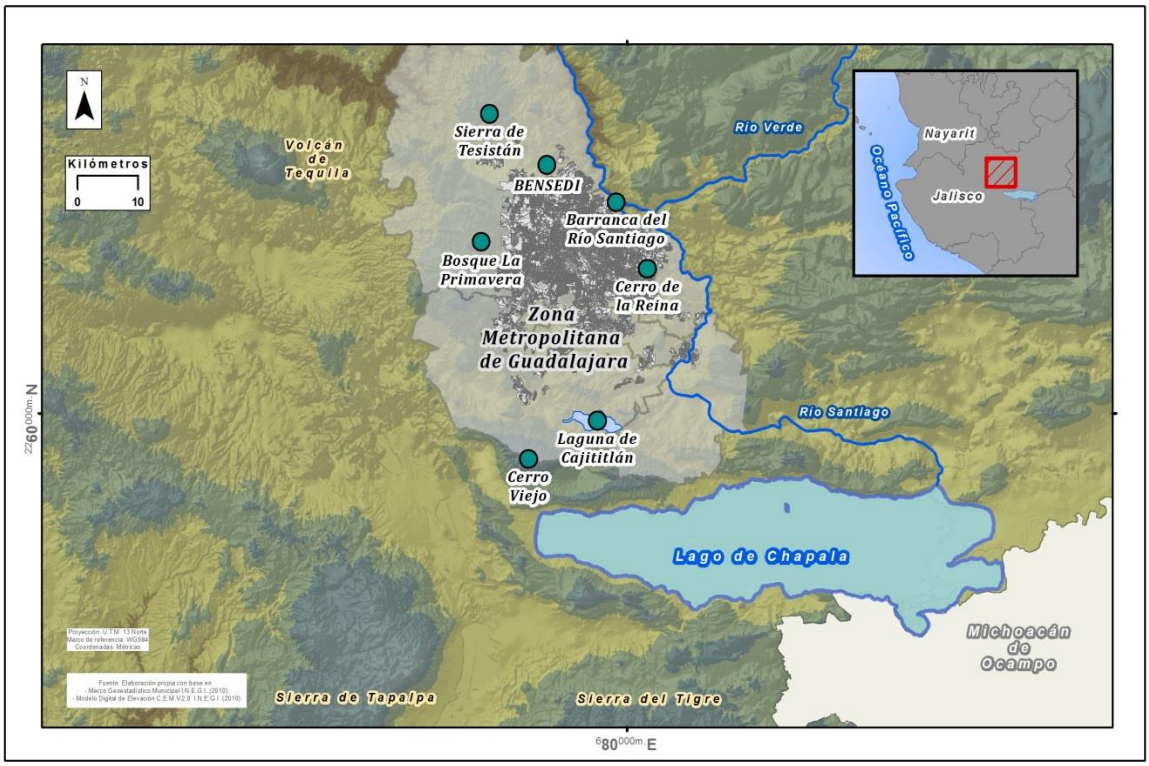
Sitio	Clasificación	Superficie	Fecha de decreto	Localización municipal
Bosque La Primavera	Área de Protección de Flora y Fauna	30 mil ha	6 de marzo de 1980	Tala, Tlajomulco de Zúñiga y Zapopan.
Barranca del Río Santiago	Área Municipal de Protección Hidrológica	17 mil ha	7 de octubre de 2004	Zapopan
Barranca de Oblatos-Huentitán	Zona sujeta a Conservación Ecológica		5 de junio de 1997	Guadalajara
Bosque Los Colomos	Área Municipal de Protección Hidrológica	90 ha	26 de junio de 2007	Guadalajara
BENSEDI	Área Municipal de Protección Hidrológica	1,591 ha	24 de febrero de 2007	Zapopan

Cerro Viejo-Chupinaya-Los Sabinos	Área Estatal de Protección boscosa	23 mil ha	22 de mayo de 2013	Chapala, Jocotepec, Ixtlahuacán de los Membrillos y Tlajomulco de Zúñiga
Fuente: Elaboración propia				

Desafortunadamente, en el interior del Bosque La Primavera también se encuentran tiraderos clandestinos donde se descargan desechos de manera constante, así también restos de animales provenientes de rastros, que generan nocivos olores, putrefacción y son un foco de infección. Además, este lugar está amenazado por los incendios que ocurren cada año, muchos de ellos provocados. Otro punto desfavorable en cuanto a la conservación de este bosque es la tala clandestina con fines comerciales y el desarrollo de fraccionamientos muy cercanos al área natural que atentan contra la integridad del bosque, pues existe la intención de urbanizar los predios de propiedad ejidal y privada.

10.1.2. BENSEDI

Hacia el Norte de la ZMG se encuentra Bosque El Nixticuil–San Esteban–El Diente, un área que está constituida por un reducto de bosque de coníferas que formaba parte del Bosque La Primavera, y donde además tiene presencia la sierra de origen volcánico llamada Sierra de San Esteban, constituida por vegetación caducifolia, que brinda dinámica al paisaje al cambiar los tonos de vegetación.



MAPA 10.1. Accidentes geográficos en el entorno de la ZMG

En esta sierra, las diversas fuerzas tectónicas, así como la intemperie y la erosión, dieron forma a rocas que hoy en día son lugar de encuentro para practicar deportes extremos como el rapel y la escalada. En lo alto de las estribaciones de esta sierra -es decir, en la cima del complejo recreativo El Diente- se puede observar una vista de Norte a Sur de la ciudad de Guadalajara, única por su cercanía.

Esta ANP se encuentra amenazada por la expansión del crecimiento urbanístico, especialmente por la especulación inmobiliaria presente en el Norte del municipio de Zapopan. La presión sobre los recursos naturales de esta zona no es algo nuevo, pero sí la reciente presión social por detener los voraces proyectos inmobiliarios que contemplan una densidad de 100 mil habitantes en terrenos del ANP, dado su impacto medioambiental y el consecuente detrimento en la calidad de vida de los habitantes por la reducción de uno de los bosques primarios de la ciudad: el Bosque El Nixticuil.

10.1.3. Barranca del Río Santiago

Un hecho geográfico de gran envergadura es el realizado por el río Santiago sobre lo que ahora es la Barranca que lleva su nombre, dando lugar a una depresión que en su parte más erosionada puede alcanzar los 500 metros de profundidad aproximadamente (INEGI, 2010). Este afloramiento geológico alberga un bosque de galería que contiene diversas especies de fauna, pero sobre todo de flora, algunas de ellas incluso son catalogadas como endémicas, situación que vuelve aún más atractiva a la Barranca del río Santiago para ser estudiada y conservada.

La problemática de este elemento geográfico es la contaminación del río Santiago, el cual arrastra todos los desechos domésticos e industriales de la Cuenca Lerma–Chapala–Santiago; sin embargo, su principal problema es la falta de reconocimiento y valoración por parte de los habitantes locales.

10.1.4. Cerro Viejo

En el Municipio de Tlajomulco de Zúñiga existe el plegamiento geológico (colina) más elevado de Jalisco, se trata del Cerro Viejo con 2,960 msnm (INEGI, 2013). Por sus características ofrece una rica biodiversidad, que se compone de Bosque de *Quercus*, Bosque Mesófilo de Montaña, Bosque de Galería, Bosque Tropical Caducifolio y Bosque Espinoso. Desde el parteaguas del Cerro Viejo se puede observar la ZMG de Sur a Norte, por un lado y el lago de Chapala por el otro.

Su reciente declaración como ANP obedece principalmente a la presión de grupos de la sociedad civil por proteger estos sitios de actividades antrópicas. Uno de los temas que han emergido en el debate público es el proyecto de construcción del llamado “Macro–libramiento” que bordea por el Sur a la zona conurbada de Guadalajara. Distintos grupos ambientalistas se oponen a esta obra argumentando un daño ambiental irreversible, sobre todo para los corredores biológicos.

10.2. La incorporación del paisaje como activo turístico

10.2.1. El paisaje en el contexto internacional

El paisaje constituye un elemento de gran potencial para el desarrollo de la actividad turística. En México es aprovechado de manera muy básica a diferencia de algunos países europeos, quienes incluyen los paisajes en su patrimonio natural y los gestionan como atractivos turísticos en sí mismos. Francia, por ejemplo, se incorporó en el año 2006 a la Convención Europea del Paisaje y a partir de ahí, los legisladores franceses crearon una ley que reconoce el paisaje

como un componente esencial del entorno, una expresión de la diversidad del patrimonio natural y cultural, incluso como parte de la identidad de la población.

El elemento paisajístico impacta también en cierta forma en la calidad de vida de los habitantes, siendo esencial para el bienestar individual y social. El concepto de paisaje y su valorización son aspectos considerados en múltiples espacios tanto en el medio urbano como rural, siempre que se trate de lugares de belleza singular o destacada, pudiendo admirarse paisajes únicos hasta en áreas más simples y cotidianas, así como en zonas abandonadas. Las políticas públicas privilegian la utilidad social del mismo, y las leyes contemplan la protección y la gestión, aunada a la promoción de los espacios naturales para atraer diversos segmentos de visitantes.

En este sentido, Francia cuenta en la actualidad con 10 parques nacionales que ofrecen paisajes destacados en el dominio terrestre y marítimo, los cuales son administrados por un organismo gubernamental encargado de la protección del patrimonio natural del país; además de su puesta en valor, cuenta con una campaña integral para atraer a diversos segmentos de viajeros que deseen descubrir el territorio con respeto a su composición. Los valores de esta gestión son *conocer para proteger y proteger para compartir*. Vale la pena mencionar la activación de la economía que todo esto supone para las distintas regiones, ya que la tarea productiva ha renacido con algunas de las actividades ofrecidas a los visitantes en dichos parques (Ministère de l´Écologie; du Dévelopement Durable et de l'Énergie, 2013).

10.2.2. El paisaje en la escala local

Para extrapolar esta concepción del paisaje al nivel local de la ZMG, en primer lugar es necesario detectar aquellos espacios singulares que forman parte del patrimonio natural, industrial y de la propia traza urbana, pues es indudable que existen interesantes recursos susceptibles de ser puestos en valor en términos turísticos. Posteriormente, el territorio debe ser preparado con los elementos necesarios para la gestión de los mismos, esto es, con accesibilidad, infraestructura, señalización y paneles informativos, así como con el equipamiento requerido para facilitar la visita de los turistas al lugar (Troitiño, 2013).

El conocimiento profundo de los paisajes permite llevar a cabo no sólo diversas actividades respetuosas del entorno natural, sino también campañas de promoción turística del lugar. La inclusión de los paisajes en las estancias de los viajeros es

un aspecto que mejora la experiencia de los mismos, pues además de que se conoce el destino por dentro, se entiende su dinámica desde fuera.

En este sentido, la valoración del paisaje tiene que ver con el aprovechamiento de los puntos estratégicos de la ciudad. Para ello debe realizarse un estudio previo sobre la calidad urbanística y natural del paisaje que facilite la recuperación de espacios tradicionales, como de aquellos en condiciones de marginación y/o abandono, así también, la integración total de los elementos de la ciudad, nuevos y viejos, como una región turística (*Ibídem*).

11. MERCADO TURÍSTICO

Sin duda, el análisis del mercado turístico desde el punto de vista de la demanda constituye uno de los ejes centrales para la competitividad de un destino, especialmente si se toma en cuenta la capacidad del mismo para conocer y satisfacer las necesidades turísticas actuales, así como para disponer de estrategias que le permitan afrontar las nuevas tendencias de los viajeros. En este sentido, resulta también imprescindible lograr retener los visitantes reales y tener la habilidad de atraer nuevos nichos de demanda.

11.1. El mercado turístico de México

A nivel nacional la llegada de turistas internacionales a México disminuyó un 0.6% en el primer cuatrimestre de 2013, respecto a 2012. Sin embargo, el número de turistas que accedió por vía aérea aumentó un 7.1%. También se obtuvieron datos positivos en cuanto a la derrama económica, la cual aumentó un 7.2% en dicho período de 2013. Los principales países de procedencia de los turistas internacionales que llegan a México son: Estados Unidos 52.1%; Canadá 20%; Europa 13.4%; América Latina y El Caribe 11.5% y Asia 2.3% (CPTM, 2013).

De acuerdo a la información anterior, se puede observar un predominio del visitante estadounidense y canadiense, lo que genera una cierta dependencia de estos mercados emisores y una limitante a la competitividad del sector turístico mexicano con otros destinos extranjeros. La proximidad geográfica a estos países del Norte ha favorecido obviamente la presencia de estos viajeros en un porcentaje elevado; sin embargo, esa ventaja al mismo tiempo ha sido un obstáculo para México en cuanto al esfuerzo por captar nuevos mercados de Europa, Sudamérica y Asia. Estos mercados, aún no totalmente explorados, cuentan con un potencial muy grande en el contexto turístico; por ejemplo, la estancia promedio de un turista alemán en México se estima en 19 noches, con un gasto medio de más de 2 mil dólares durante toda su permanencia (SECTUR, 2013).

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

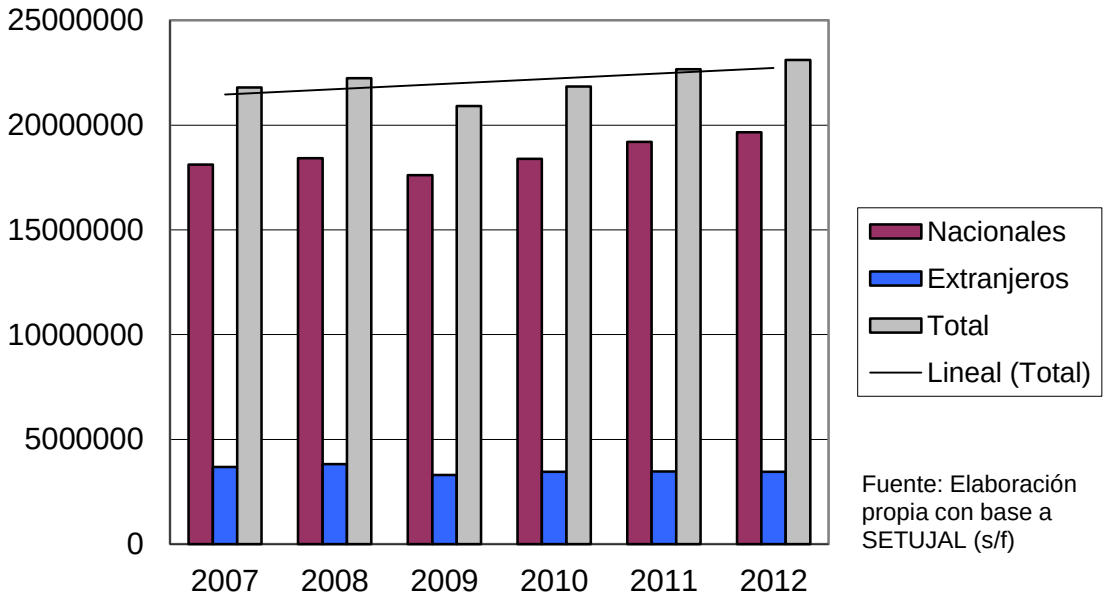
Otra cifra relevante es que la llegada de los turistas internacionales se concentra primordialmente en los aeropuertos de Cancún, Ciudad de México, Los Cabos y

Puerto Vallarta, por orden de importancia. Una primera lectura nos indica que el turismo extranjero es acaparado por estos destinos, no existiendo estadísticas sobre el movimiento de estos visitantes a otros centros de recreo del territorio nacional.

11.2. Comportamiento de la demanda en el contexto estatal

En 2012, aproximadamente 23 millones de turistas llegaron a Jalisco. Se observó un crecimiento de visitantes nacionales respecto a años anteriores, mientras que el turismo extranjero experimentó un decaimiento, especialmente a partir de la recesión económica de Estados Unidos en 2009 y la crisis de la influenza que vivió nuestro país en este mismo año (véase Gráfica 11.1.).

GRÁFICA 11.1. Afluencia turística en Jalisco, 2007-2012



Fuente: Elaboración propia con base a SETUJAL (s/f)

Guadalajara es el segundo destino turístico urbano a nivel nacional. La ZMG, por su parte, se ha caracterizado históricamente por corrientes de turismo nacional, en particular del Distrito Federal, de la ciudad de Monterrey, del Estado de México y de la entidad de Sinaloa.

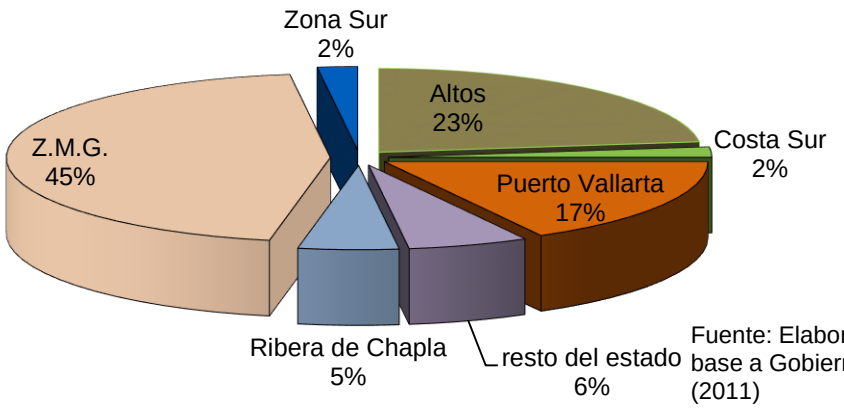
En cuanto al turismo internacional, Jalisco no es la excepción, depende, como el resto de destinos mexicanos, de los mercados estadounidense y canadiense, sobre todo en el período de noviembre a marzo (la temporada alta de este segmento de demanda). Los principales mercados emisores de Estados Unidos

hacia nuestra entidad son los estados de California, Texas, Nueva York y Florida; mientras que de Canadá son las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver.

Respecto al promedio de estancia de los turistas procedentes del mercado norteamericano a Jalisco, los estadounidenses tienen una estancia promedio de 10 noches, mientras que los canadienses permanecen 12 noches. Cabe resaltar que numerosos de los ciudadanos canadienses, que nos visitan, prefieren vacacionar en el corredor turístico conocido como “Costalegre”, aunque no se hospedan en hoteles, puesto que muchos de ellos han adquirido propiedades en el litoral jalisciense. Para llegar a esta zona, lo hacen por medio de los aeropuertos de Puerto Vallarta y Manzanillo, estableciéndose temporalmente en esta área entre los meses de noviembre y marzo (SECTUR, 2013).

La distribución del turismo extranjero en el interior del estado de Jalisco también presenta heterogeneidad, siendo la ZMG y los destinos del litoral los que acaparan más del 50% de la afluencia total a la entidad. La distribución del turismo por regiones en Jalisco se comporta de la siguiente forma: ZMG, 9 millones 384 mil 557 personas; Los Altos, 4 millones 775 mil 211; Puerto Vallarta 3 millones 492 mil 889; Ribera de Chapala, un millón 033 mil 429; Costa Sur ó Costalegre 448 mil 409; y el resto de la entidad un millón 774 mil 877 personas (véase Gráfica 11.2.).

GRÁFICA 11.2. Afluencia turística en el estado de Jalisco por regiones, 2009



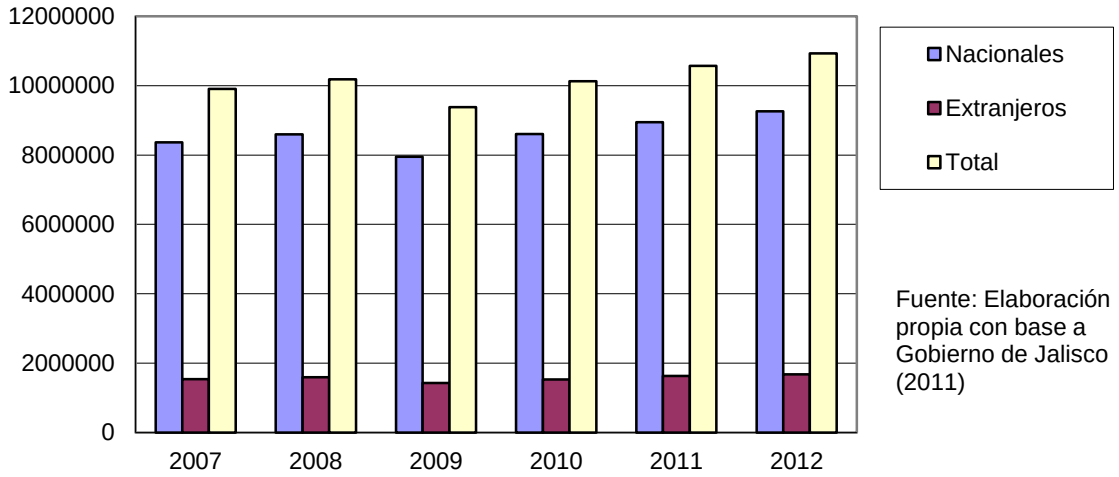
Fuente: Elaboración propia con base a Gobierno de Jalisco (2011)

11.3. La ZMG y su mercado de turismo

Según datos oficiales, la ZMG es la región más visitada de Jalisco, al recibir casi el 50% del turismo que llega al estado. Las corrientes turísticas a esta metrópoli tienen un comportamiento, en sus cifras, similar a la tendencia del fenómeno a

nivel estatal, como se puede observar en el Gráfica 11.3. Dado que el flujo turístico, nacional e internacional, es prácticamente el mismo que de manera histórica ha venido ocurriendo, se debe hacer especial hincapié en una búsqueda de la diversificación de los segmentos de demanda, incidiendo en otros mercados.

GRÁFICA 11.3. Afluencia turística para la ZMG, 2007–2012



Fuente: Elaboración propia con base a Gobierno de Jalisco (2011)

11.3.1. Fidelidad del turista

En una encuesta aplicada por la SECTUR y el Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), se les cuestionó a los turistas de la ZMG y de Puerto Vallarta sobre si volverían a visitar estos destinos. Los resultados arrojaron que tres de cada cuatro entrevistados afirmaron que sí volverían y que, en definitiva, sí recomendarían viajar a estos lugares (SECTUR, 2010; CESTUR, 2010b).

En lo referente a la ZMG, el 95% de los entrevistados evaluaron como excelente y buena la experiencia en el destino; al mismo tiempo comentaron que los atributos por los que dan esta valoración son: la diversidad de atractivos turísticos y la diversidad de actividades recreativas. Aunque también enfatizaron algunas acciones necesarias para el destino, a saber:

- Mantenimiento de los recursos culturales y servicios de los guías de turistas.
- Variedad de la oferta de establecimientos de hospedaje.
- Información sobre los establecimientos de alimentos y bebidas.
- Información y señalización de vuelos en el aeropuerto.
- Información sobre el equipaje en la terminal de autobuses.

- Auxilio vial y relación precio de las casetas *vs.* calidad de las carreteras.
- Limpieza y amabilidad del personal a cargo del transporte público local.

12. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

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

12.1. Promoción turística en el contexto nacional

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

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

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

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

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

12.2. Estrategia de promoción turística en Jalisco

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

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

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

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

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

12.2.1. La promoción desde el ámbito local

La promoción turística está a cargo del Fideicomiso de Turismo de la Zona Metropolitana de Guadalajara que, al igual que ocurre en otros destinos, recibe recursos del impuesto al hospedaje. El brazo ejecutor de este fideicomiso es la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara.

En el ámbito de los gobiernos locales, se puede afirmar que la promoción de turismo a nivel municipal es débil. La mayoría de los municipios que integran la ZMG tan sólo cuentan con los recursos para realizar la promoción convencional, es decir, como la edición de folletos, guías y carteles, instrumentos de escaso alcance en la actualidad. Se evidencia también a este nivel una desatención en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) para potenciar la actividad turística en el escenario local (véase Tabla 12.1).

TABLA 12.1. Uso de páginas *Web* y redes sociales en la promoción turística local en la ZMG

Municipio	Sitio oficial de promoción turística	Redes sociales (Facebook y Twitter)
El Salto	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en *www.jalisco.gob.mx*	Ninguna de manera oficial
Guadalajara	*www.viveguadalajara.com.mx*_ Gestionada por la Dirección de Turismo Municipal. Posee un inventario de atractivos y actividades, así como una guía de servicios turísticos. Se presenta información relativa a toda la ZMG.	No hay un enlace oficial en la página.
Juanacatlán	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en *www.jalisco.gob.mx* La promoción se hace a través de la página oficial de *www.visita.jalisco.gob.mx*_donde se ofrece una descripción más detallada del municipio, incluyendo actividades, gastronomía, artesanía y atractivos naturales.	Ninguna de manera oficial
Ixtlahuacán de los Membrillos	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en *www.jalisco.gob.mx*	Ninguna de manera oficial
Tlaquepaque	*http://www.tlaquepaque.gob.mx/turismo/* Gestionada por la Dirección de Turismo Municipal. Es un sitio virtual de mayor calidad en diseño y contenido, que ofrece alternativas de hospedaje y actividades viables que pueden realizarse en el municipio. Presenta un inventario de fiestas y tradiciones así como un calendario de eventos próximos. De igual forma, ofrece una breve descripción del municipio.	*https://www.facebook.com/turismotlaquepaque.* En este perfil se realiza la promoción de eventos culturales que se efectúan en el municipio. *https://twitter.com/visitlaquepaque.*
Tlajomulco de Zúñiga	No existe una página específica de turismo, sin embargo, la promoción se realiza a través de *http://www.tlajomulco.gob.mx* En un apartado del sitio se ofrece una pequeña reseña histórica así como datos generales del municipio. Además, se ofrece un mapa turístico y un inventario de atractivos viables para la visita. Entre otras cosas, se ofrecen también recorridos turísticos.	La promoción de eventos culturales se hace a través del perfil oficial del Ayuntamiento *https://www.facebook.com/GobiernodeTlajomulco.*
Tonalá	La promoción se hace a través de la página oficial de *www.visita.jalisco.gob.mx* Aquí se ofrece una descripción más detallada del municipio, incluyendo actividades, gastronomía, artesanía y atractivos naturales.	Ninguna de manera oficial
Zapopan	No existe una página específica de turismo, sin embargo, la promoción se realiza a través del sitio oficial del Ayuntamiento *www.zapopan.gob.mx* En un apartado, se ofrece un inventario de lugares a visitar, así como de fiestas y tradiciones típicas del municipio. No incluye opciones de alojamiento ni eventos próximos a realizarse.	Ninguno de manera oficial

Fuente: Elaboración propia

12.2.2. Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara

La ZMG cuenta con un organismo encargado de promover exposiciones, ferias y convenciones: la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara. Se considera que fue el primer organismo de este tipo que se creó en Latinoamérica, esto ocurrió hace ya 44 años.

Por otra parte, la zona también dispone de un recinto ferial con una extensión de 70 mil m², donde se celebra un promedio de casi 100 eventos anuales a los que acude un gran número de visitantes. Además, si se toman en cuenta los eventos organizados, por ejemplo, en las instalaciones de los hoteles, aunque de menor tamaño, el número de eventos realizados en la ZMG alcanza las 1,800 reuniones por año, con una tasa de crecimiento del 8% anual en cuanto a la celebración de este tipo de actividades. Por la cantidad de eventos, Guadalajara y su zona metropolitana ocupa el cuarto lugar de acuerdo al CPTM (2012).

En cuanto al personal especializado en este tipo de eventos, el segmento de negocios dispone de 147 profesionales certificados en conocimientos especializados en esta actividad.

12.3. Comercialización turística

El hecho de tener un producto turístico atractivo no basta para ser competitivos dentro del mercado internacional del turismo. Se requieren estrategias de comercialización eficientes y competitivas, como el fomento y la participación en ferias y tianguis turísticos y otros encuentros especializados del sector, junto con la creación de alianzas estratégicas con operadoras mayoristas y otros empresarios (aerolíneas, tour-operadores, hoteleros, restauranteros, etc.), o a través de programas federales como Pueblos Mágicos, Rutas de México y Mundo Maya, por mencionar algunos.

12.3.1. TIC’s y comercialización turística

Uno de los principales retos de los prestadores de servicios turísticos es un uso efectivo de las TIC’s, y en este sentido se requiere de conocimientos y de formación especializada. Hasta el momento, no existen estudios que indiquen si las empresas mexicanas del ramo aprovechan todo el potencial de las TIC’s para gestionar mejor sus negocios. Si bien es cierto que muchos proveedores de servicios cuentan con página *Web* y correo electrónico, esto no supone indicio

suficiente para pensar que se hace un uso óptimo de los recursos que Internet ofrece en cuanto a comercialización y posicionamiento *online*.

Estudios realizados en otros países han encontrado que existe una relación directa entre el tamaño de un establecimiento de hospedaje (número de habitaciones) y el uso de Internet por parte del mismo. Hoteles pequeños suelen obviar el uso de Internet, o lo hacen con un impacto muy escaso (Polo y Frías, 2010). Es probable que las características socio-demográficas de administradores y empleados del sector, en cuanto a edad, género, nivel educativo, etcétera, también sean determinantes en este aspecto, por lo que una posible estrategia de actuación en este punto sería el de mejorar la formación en TIC´s de los profesionales del sector turístico.

Los establecimientos que sí hacen buen uso de las TIC´s y tratan de aprovechar todo su potencial, buscan generar nuevos productos, mejorar procesos productivos, modificar algunas estructuras de su organización, tener una mejor comunicación interdepartamental y, por supuesto, dar a conocer y comercializar mejor sus equipamientos y servicios a clientes individuales potenciales (huéspedes), así como a intermediarios turísticos, como agencias de viajes, mayoristas y empresas. No obstante que a menudo se habla de TIC´s para referirse exclusivamente a los sistemas informáticos conectados a Internet, este término engloba un conjunto de acciones de mucho mayor ámbito de actuación y difusión.

Más aún, no sólo se trata de generar una página *Web* para tener presencia en Internet, sino de evaluar de manera continua diversos aspectos que ayudan a que dicha página sea competitiva, tales como: accesibilidad (velocidad y navegabilidad que ayude a medir si el usuario pudo encontrar fácilmente lo que estaba buscando); calidad del contenido de la información comercial (si se habla claramente del producto); calidad del contenido de la información no comercial (datos específicos de la empresa); contenido transaccional (si es posible que el cliente haga transacciones financieras en líneas); y contenido de servicios, (evaluar la capacidad de resolución de problemas explorando la oferta de la empresa en función a las innovaciones del servicio) (Puccio y Grana, 2008). Incluso, como posicionamiento orgánico y/o de pago en los principales buscadores *Web*.

En su lucha por lograr un mejor desarrollo económico y social, México además de contar con el interés de posicionarse en un nivel destacado dentro del mercado global tecnológico, ha implementado diversos sistemas de información ya presentes en países desarrollados, como sucede con las naciones que integran la

Unión Europea. Para tal efecto, se persigue la mejora de la comunicación a través de nuevas tecnologías para llegar a aquellos mercados demandantes de orientación e información con el objetivo de motivar su visita. De igual modo, se pretende poner estos sistemas al alcance de los distintos sectores productivos, para que conozcan sus funcionalidades y potencialidad, así como su importancia para darse a conocer en un entorno global.

13. TIC'S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

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

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

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

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

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

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

a la telefonía celular, puesto que en este indicador México ocupó el lugar 107 de 144 países (véase Tabla 13.2.).

TABLA 13.1. Uso de las TIC's en transacciones de negocios		
País	**Puntaje (1-7)**	**Posición (de 140 países)**
Finlandia	6.3	1
Suiza	6.3	2
Austria	6.2	3
Reino Unido	6.1	4
Malta	6.1	5
Suecia	6.1	6
Japón	6.0	7
Noruega	6.0	8
Taiwán (China)	6.0	9
Singapur	6.0	10
Canadá	5.7	27
Costa Rica	5.6	34
Estados Unidos de América	5.6	35
Chile	5.5	38
Panamá	5.5	39
Brasil	5.5	40
Puerto Rico	5.5	41
Guatemala	5.4	44
República Dominicana	5.4	47
México	**5.1**	**57**
Fuente**:** Elaboración propia con base en información de Blanke y Chiese (2012).		

13.2. Las TIC's y la competitividad turística

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

TABLA 13.2. TIC's de México en el contexto global		
Indicador (2012)	**Puntaje/valor (de 0 a 7)**	**Posición (de 144 países)**
Disponibilidad de las últimas tecnologías	5.3	52
Inversión directa extranjera en transferencia de tecnología	5.3	15
Internet banda ancha kb/s (a) por usuario	8.7	90
Suscriptores de Internet banda ancha por cada 100 habitantes	4.6	82
Uso individual del Internet	36.2*	77
Suscriptores de Internet/banda ancha por cada 100 habitantes	10.6*	55
Suscriptores teléfono celular por cada 100 habitantes	82.4*	107
Líneas telefónicas fijas por cada 100 habitantes	17.1*	73
***Cifras representadas en porcentaje **(a)** Kilobits por segundo Fuente: Elaboración propia con base en información de Schwab (2012: 257).		

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

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

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

Por ejemplo, los gobiernos a través de sus páginas *Web* (*e-government*) presentan información de forma continua y actualizada sobre servicios, reglamentos, nuevas regulaciones, por citar algunas, lo que fomenta transparencia

y agilidad administrativa. Del mismo modo, también interactúan con la ciudadanía, los empresarios, los inversores y los desarrolladores de diversos proyectos, permitiéndoles la realización de trámites *en línea*, y ofreciendo muchos otros servicios que ayudan al sector turismo y a los demás sectores que indirectamente también intervienen en la actividad.

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

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

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

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

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

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

Además, las TIC's ofrecen oportunidades para la investigación y el desarrollo de nuevos productos específicos para determinados nichos de mercado,

contribuyendo así a alcanzar una ventaja de competitividad a través de la diferenciación y la calidad del servicio.

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

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

13.4.1. Aplicaciones móviles

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

En España,[8] por ejemplo, las aplicaciones de turismo se han convertido en la herramienta indispensable para los turistas durante sus distintas etapas de viaje. Según un estudio del Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas S.A. (SEGITTUR), de un total de 20 tipos de descargas móviles, las *apps* turísticas alcanzan el octavo puesto en descargas más populares (SEGITTUR, 2013).

13.4.2. Fuentes de información geográfica

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

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

propios usuarios suben a la red: rutas turísticas, distancias, sitios naturales, entre muchos otros.

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

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

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

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

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

13.4.3. Códigos QR

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

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

13.5. Aplicación de TIC’s a la actividad turística de la ZMG

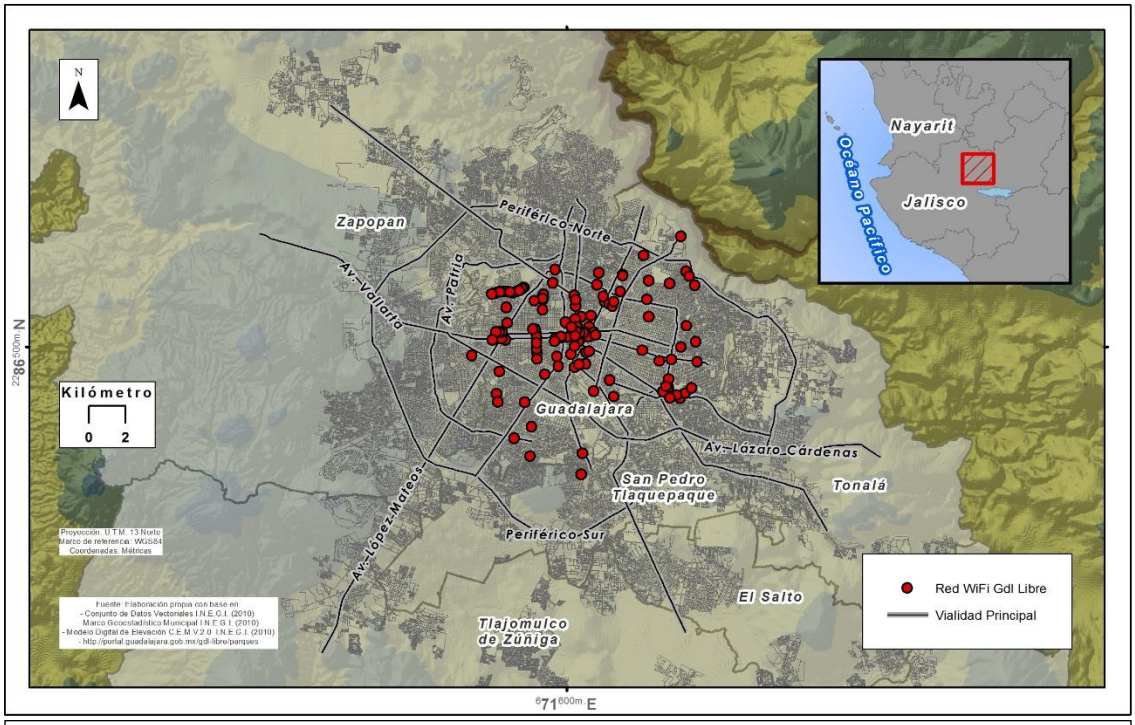
La ZMG se ha transformado en los últimos años y está multiplicando espacios para la comunicación con el propósito de crear una sociedad en crecimiento. En cuestión de infraestructura tecnológica y uso de las TIC’s, los datos reflejan que la tecnología con mayor penetración en los hogares de la zona metropolitana, es el teléfono celular con los siguientes porcentajes: 78.4% en el Salto, 82% en Guadalajara, 85.8% en Tlajomulco de Zúñiga, 80.1% en Tlaquepaque, 81.2% en Tonalá y 86% en Zapopan (INEGI, 2010). No obstante, sigue existiendo un atraso en el acceso a Internet por parte de su población.

En la ZMG, sólo el municipio de Guadalajara tiene un programa de acceso libre a Internet en espacios públicos denominado “GDL Libre”. El programa cubre un total de 127 puntos en distintas áreas de la ciudad como: el Centro Histórico, el Paseo Chapultepec, plazas públicas, jardines, glorietas, Los Arcos y centros deportivos; algunos de estos son sitios frecuentados por los turistas (véase Mapa 13.1.).

Como se puede apreciar, el acceso libre a Internet en sitios y espacios públicos es inexistente y, en otros casos limitado, sobre todo en el resto de municipios que integran la ZMG que aún no manejan un programa como el que aplica la capital del estado de Jalisco.

13.5.1. Redes sociales

Internet no sólo se utiliza como recurso de consulta, sino que también ofrece un amplio abanico en cuanto a opciones de venta, promoción y segmentación para los diferentes mercados y consumidores. En un medio de comunicación de tal magnitud, es imprescindible que la información sea fácil de encontrar y esté actualizada. Actualmente las redes sociales son una magnífica herramienta de promoción, difusión y comercialización, por lo que el turismo tiene una participación activa en ellas.



MAPA 13.1. Puntos de acceso libre a Internet en Guadalajara

Se puede afirmar que las redes más populares para la promoción y difusión turística son *Facebook* y *Twitter*. Sin embargo, la ZMG no ha aprovechado la oportunidad que ofrecen estas plataformas para hacer más competitivo este destino. Los organismos encargados de promover el turismo hacia esta zona no gestionan cuentas de este tipo, a diferencia de otros destinos nacionales e internacionales, como la Ciudad de México, donde se mantiene una campaña activa y de interacción con los internautas.

14. SEGURIDAD EN EL DESTINO

La crisis de la seguridad pública, por la que atraviesa México, se ha extendido también a las zonas turísticas. Esta situación, entre otros factores[9], ha tenido una grave repercusión en un menor flujo de turistas extranjeros al territorio nacional. La percepción de inseguridad se ha replicado por distintos estados del país; entre los que han sido identificados como inseguros para los turistas, se pueden mencionar entidades con una conocida tradición turística como Michoacán y Guerrero, y otros con mínima atracción de visitantes como Tamaulipas y Chihuahua.

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

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

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

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

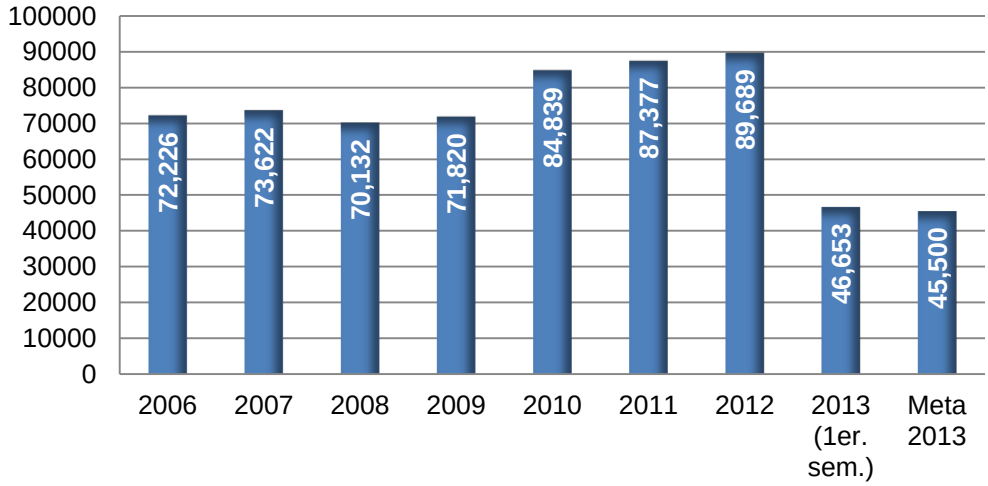
14.1. Seguridad pública en Jalisco

El estado de Jalisco no ha sido la excepción a este ingente problema de seguridad que prevalece en el país, sobre todo la Zona Metropolita de Guadalajara (ZMG), que se ha visto afectada por *delitos de alto impacto social*[10]. En ella, el crimen organizado ha creado toda una industria dedicada al narcotráfico, secuestro, asalto a bancos y otras acciones relacionadas a su vez con otros delitos no menores como la trata de personas, el homicidio, los robos y las agresiones de carácter sexual.

14.1.1. Delitos del fuero común

El problema de la inseguridad en Jalisco se ha incrementado desde hace casi ocho años hasta la fecha en los *delitos del fuero común*[11]. En 2006 se tuvo un registro de 72 mil 226 delitos de este tipo y en 2012 estas cifras ascendían a los 89 mil 689; es decir, en un periodo de seis años se incrementaron un 24.2%. 2010 fue el año en que estos delitos se multiplicaron de forma más sobresaliente, pues se alcanzó la cifra de 84 mil 839; de ahí en adelante esta cifra apenas ha disminuido.

GRÁFICA 14.1. Delitos del fuero común por año en el estado de Jalisco



Fuente: Elaboración propia con base en Unidad General de Asesores del Fiscal Central. Fiscalía General del estado de Jalisco. México, 2013.
Nota: Cifras 2013 son preliminares al 20 de febrero. Cifras 2012 son preliminares al 31 de diciembre.

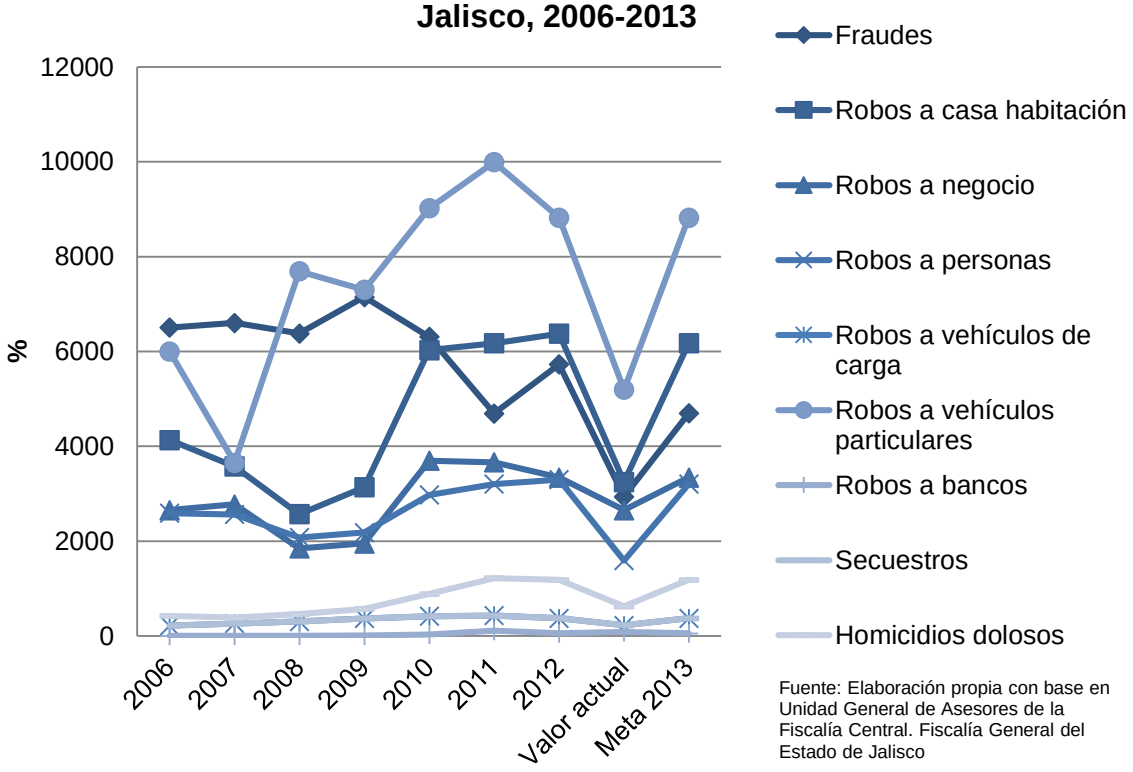
[10] Entre los *delitos de alto impacto social*, se incluyen el robo con violencia, homicidio, violación y secuestros.

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

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

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

GRÁFICA 14.2. Principales delitos del fuero común en Jalisco, 2006-2013



Fuente: Elaboración propia con base en Unidad General de Asesores de la Fiscalía Central. Fiscalía General del Estado de Jalisco

Los robos de todo tipo se han incrementado notablemente durante el período 2006-2012: los robos a casa-habitación pasaron de 4 mil 136 a 6 mil 376; los robos a personas, de 2 mil 654 a 3 mil 301; los robos de vehículos de 6 mil a 8 mil 824; los robos a vehículos de carga de 220 a 375. En definitiva, los robos a personas experimentaron un incremento de casi el 25%, los robos a vehículos un 47%, los robos a casa-habitación un 54% y, finalmente, los robos a vehículos de carga sufrieron un alarmante 70% de aumento.

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

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

14.1.2. Delitos de alto impacto social

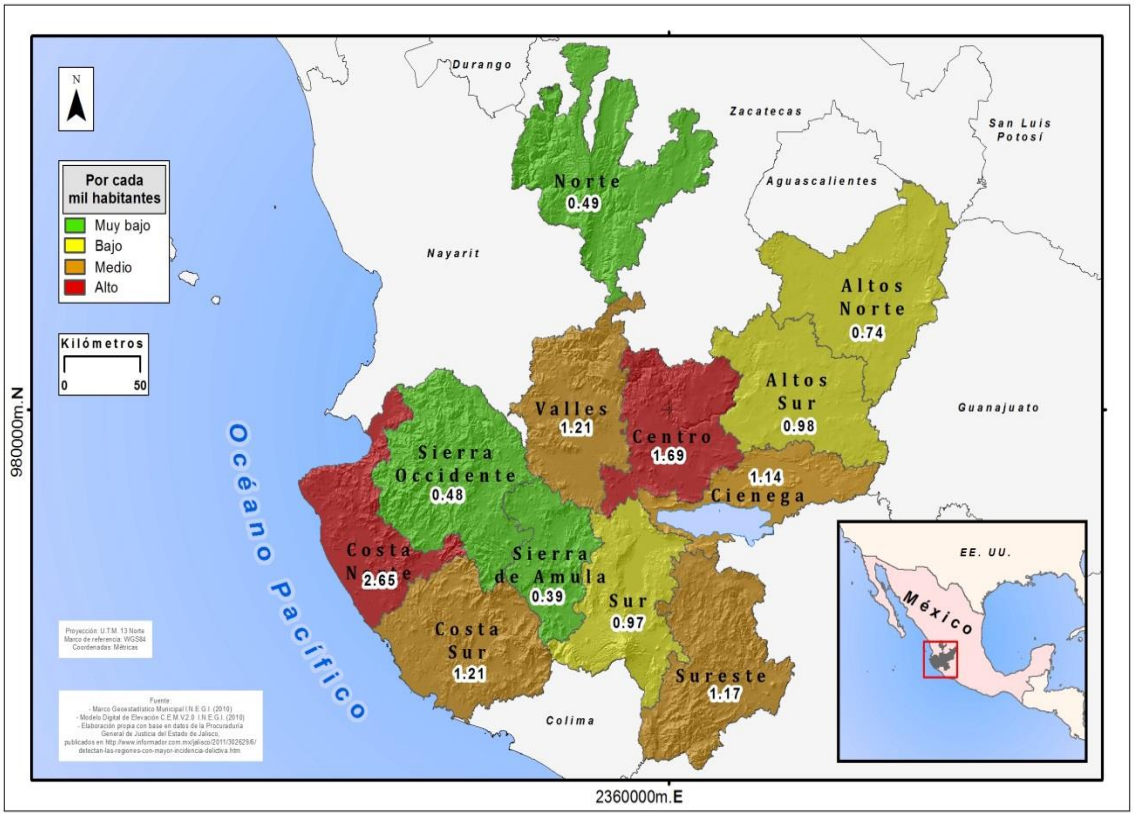
Los homicidios dolosos experimentaron un ascenso importante entre los años 2006-2012, casi triplicándose, pues se pasó de los 425 a mil 183 durante este periodo. La meta de la Fiscalía General es que no se rebase esta lamentable cifra alcanzada para el 2012, aunque a finales de junio ya se habían producido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

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

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

14.2. Seguridad por regiones

En el contexto estatal, el análisis de la seguridad arroja resultados interesantes. De acuerdo a información facilitada por la Secretaría de Seguridad Pública de Jalisco, en el año 2011 las regiones con mayor índice de delitos de alto impacto fueron la Región Centro y la Región Costa Norte. Resulta relevante este dato si se toma en cuenta que la ZMG se localiza en la Región Centro y que Puerto Vallarta es la principal localidad de la Región Costa Norte; es decir, los dos principales destinos turísticos de Jalisco presentaron un nivel de incidencia delictivo más alto que las otras regiones de Jalisco (véase Mapa 14.1.).



MAPA 14.1 Incidencia de delitos en el estado de Jalisco.

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

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

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

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

14.3. Seguridad en la ZMG

Para efectos de este estudio, sólo se contemplan los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Tlajomulco de Zúñiga y El Salto; demarcaciones que es su conjunto aglomeran una población de 4 millones 380 mil 600 habitantes.

14.3.1. Percepción ciudadana sobre la calidad de vida

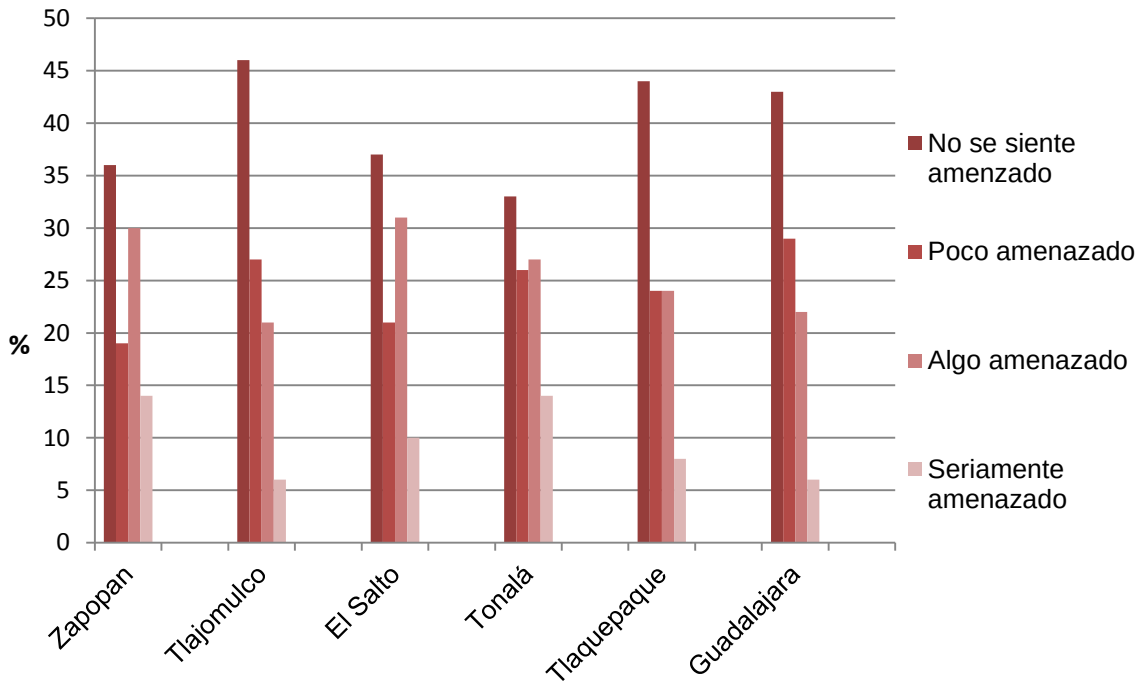
Es importante considerar la percepción que tienen los propios ciudadanos sobre el grado de seguridad y el clima social que vive la ZMG; esto se podría relacionar de alguna manera con la confianza o desconfianza que tiene la población en los distintos niveles de gobierno y, en particular, en las instituciones de seguridad pública y en la administración de justicia.

Según la “Segunda encuesta de percepción ciudadana sobre calidad de vida de 2012”, publicada por el observatorio ciudadano *Jalisco cómo vamos,* se afirma que del año 2011 al 2012 la percepción sobre seguridad mejoró en un 5%, ya que de

haber obtenido un 54% en 2011, al siguiente año se llegó al 59%. Entre los municipios de la ZMG, Tlajomulco de Zúñiga y Tlaquepaque fueron los que la mejoraron de manera significativa. Los resultados de esta encuesta fueron significativos pero no concluyentes: para los sujetos encuestados de los municipios de Tlaquepaque, Guadalajara y Zapopan la percepción de inseguridad no rebasó el 40%, mientras que en Tonalá, El Salto y Tlajomulco se percibió mayor inseguridad.

El grado de temor o de amenaza que sienten los ciudadanos por los problemas locales de criminalidad es otro aspecto significativo. Esto además reveló en el año 2012, las diferencias existentes entre los habitantes que integran los distintitos municipios de la ZMG. La encuesta ya mencionada muestra que los habitantes de Tlajomulco de Zúñiga son los que se sienten *poco o nada* amenazados, seguidos de Guadalajara y Tlaquepaque. En cuanto a los que se sienten desde *algo*, a *seriamente* amenazados está, en primer lugar, el municipio de Zapopan y, después, le siguen El Salto y Tonalá como se muestra en la Gráfica 14.3.

GRÁFICA 14.3. Grado de sentimiento de amenazas ZMG, 2012



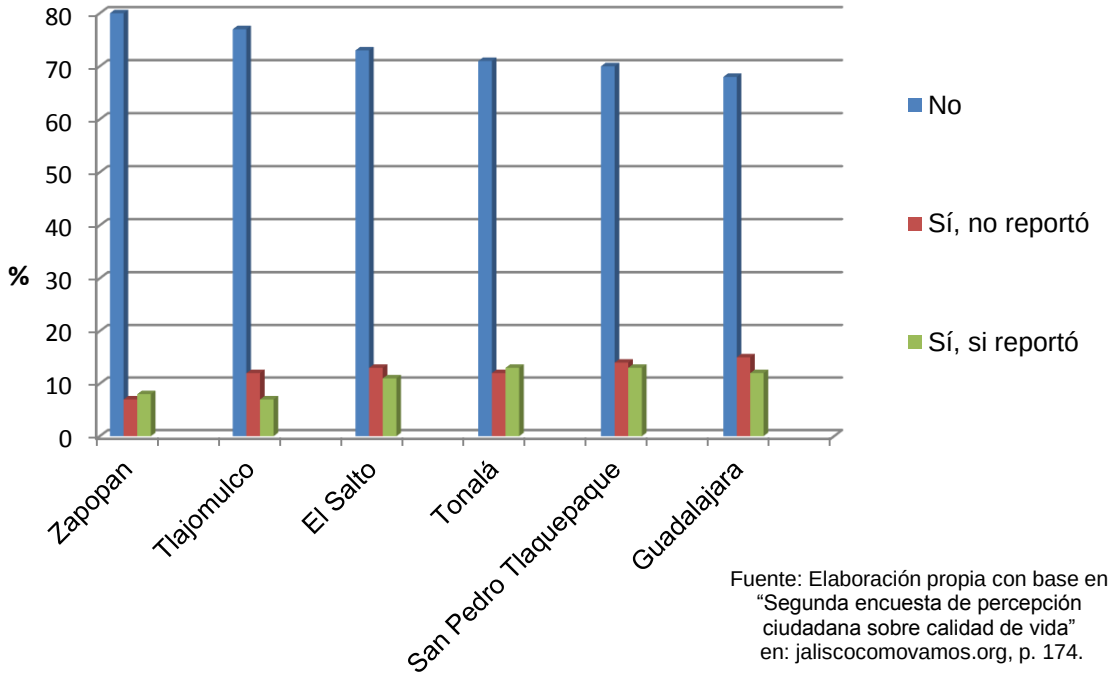
Fuente: elaboración propia con base en “Segunda encuesta de percepción ciudadana sobre calidad de vida” en: jaliscocomovamos.org, p. 173.

14.3.2. Victimización

El grado de victimización[12] de los sujetos encuestados nos explica en cierta medida el clima de seguridad o inseguridad que viven los ciudadanos de la ZMG. La Gráfica 14.4. muestra que Tlajomulco y Tlaquepaque son los municipios que en menor porcentaje han sido afectados por acciones criminales en sus personas y propiedades, mientras que Tonalá, seguido de Zapopan, El Salto y Guadalajara, en este orden, son los municipios más afectados.

La impunidad se sigue presentando como un problema importante, sobre todo en el municipio de Guadalajara. La siguiente gráfica refleja los resultados a la pregunta: *¿Fue Ud. víctima de algún delito en los últimos dos meses?*

GRÁFICA 14.4. Victimización de la ciudadanía, ZMG 2012



Fuente: Elaboración propia con base en "Segunda encuesta de percepción ciudadana sobre calidad de vida" en: jaliscocomovamos.org, p. 174.

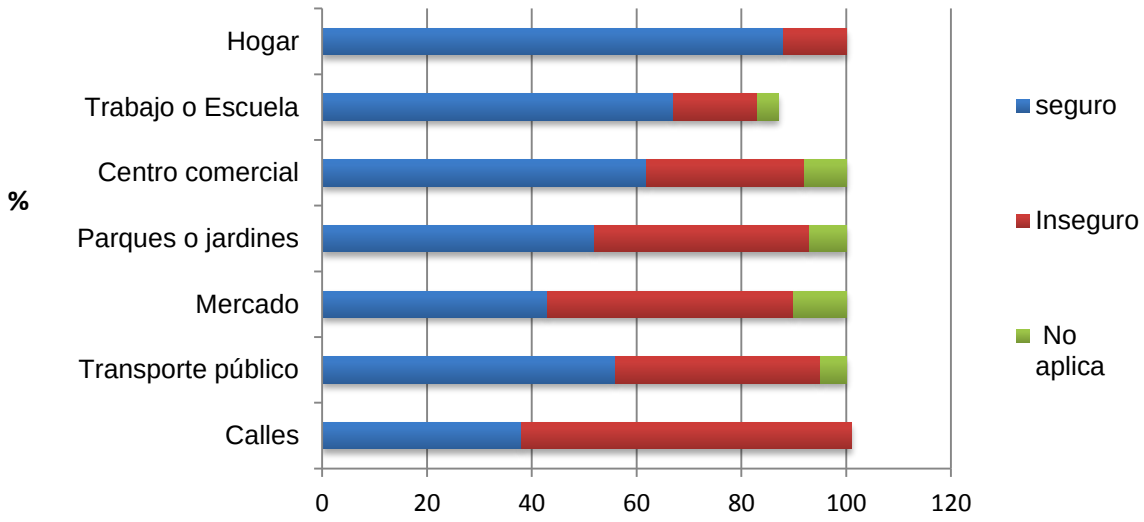
La información cobra relevancia si tomamos en cuenta que la zona más visitada por los turistas es el Centro Histórico de Guadalajara. En los últimos años se ha intensificado un fenómeno delictivo en el que los delincuentes, a bordo de motocicletas, despojan de objetos de valor (teléfonos inteligentes, bolsos de dama,

[12] La victimización se refiere al acto en que una persona sufre de la violación de sus derechos por actos maliciosos y deliberados, es decir, la persona sobre la que recae una acción criminal.

joyas, dispositivos electrónicos, carteras, etc.) a peatones y automovilistas. Este fenómeno delictivo se encuentra muy bien identificado en el Centro Histórico, así como en el área de la Minerva y del Paseo Chapultepec, tres de las zonas más frecuentadas por turistas y residentes de la ciudad.

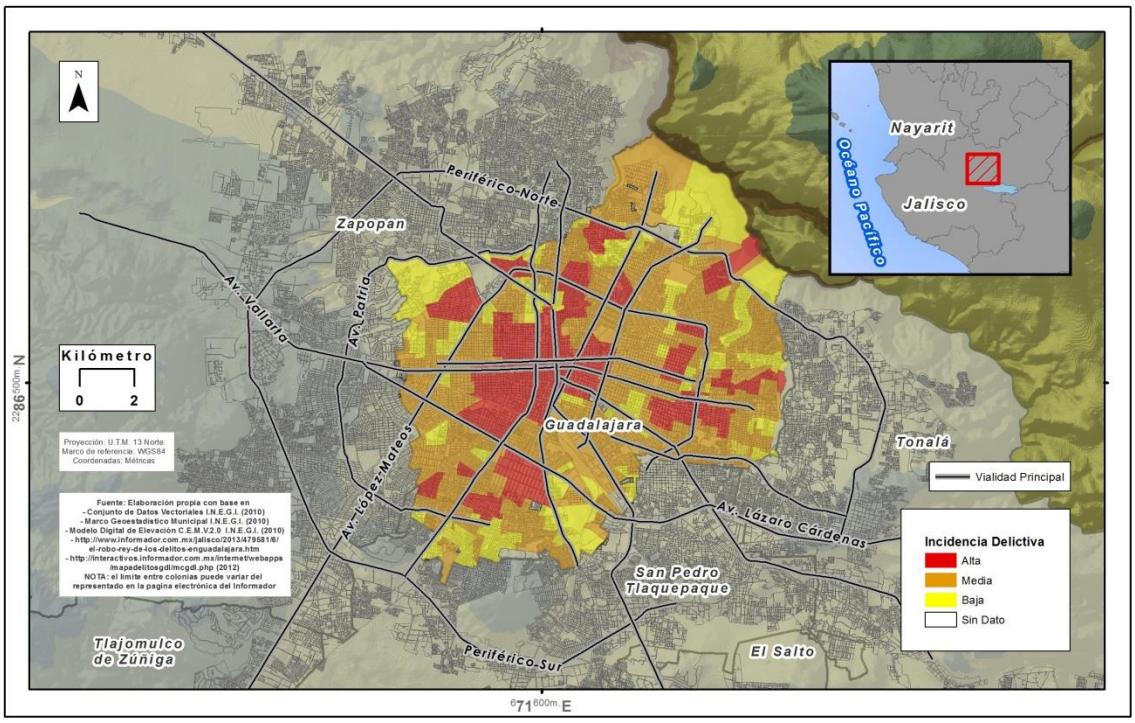
En este sentido, respecto al sentimiento de seguridad que tienen los habitantes de la ZMG en cuanto a los lugares o espacios que frecuentan, es el propio hogar el sitio considerado más seguro, mientras que la calle es visto como el lugar más inseguro o peligroso (véase Tabla 14.5.).

GRÁFICA 14.5. Sensación de inseguridad en distintos espacios

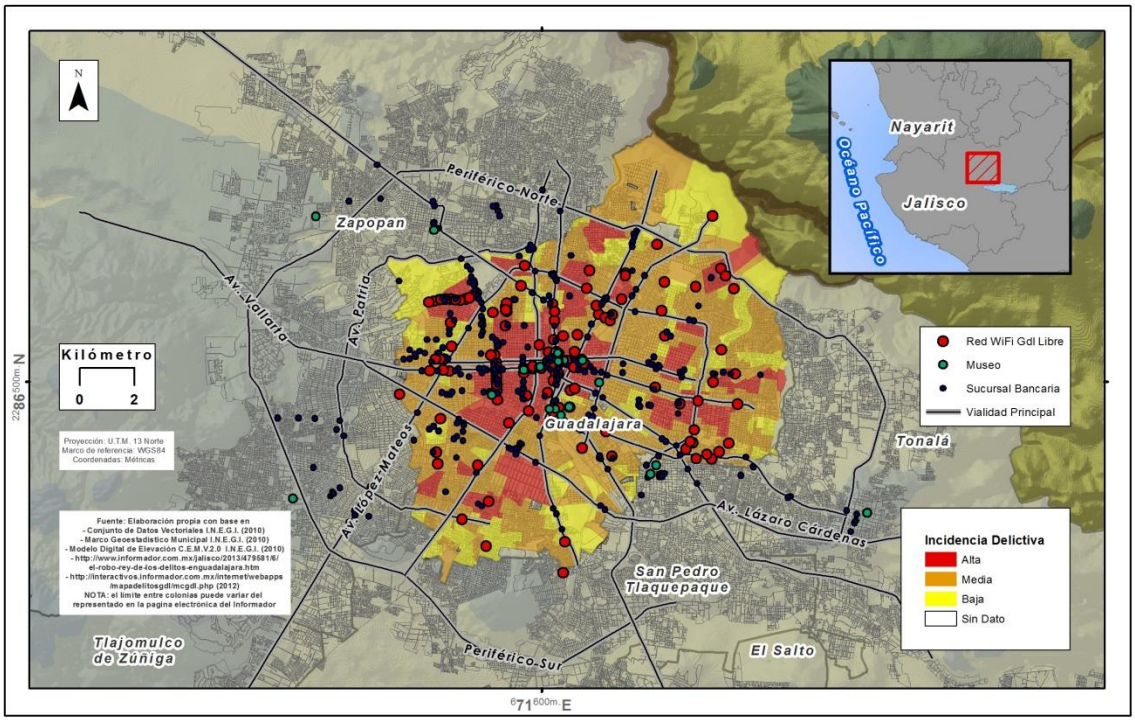


Fuente: Elaboración propia con base en "Segundo encuesta de percepción ciudadana sobre calidad de vida". En jaliscocomovamos.org,p.170.

En los Mapas 14.2. y 14.3. se muestra una correlación entre las zonas con mayor índice delictivo y que frecuentan los turistas: plazas públicas, jardines, instituciones bancarias, museos y espacios de acceso libre a Internet. Respecto a esto último, cabe destacarse el hecho de que las zonas de acceso libre a Internet sean las preferidas de los ladrones para llevar a cabo sus robos, dado que ahí acuden las personas con sus dispositivos móviles para navegar en Internet y por lo tanto son vulnerables a este tipo de delitos.



MAPA 14.2. Índice delictivo por zonas en el municipio de Guadalajara



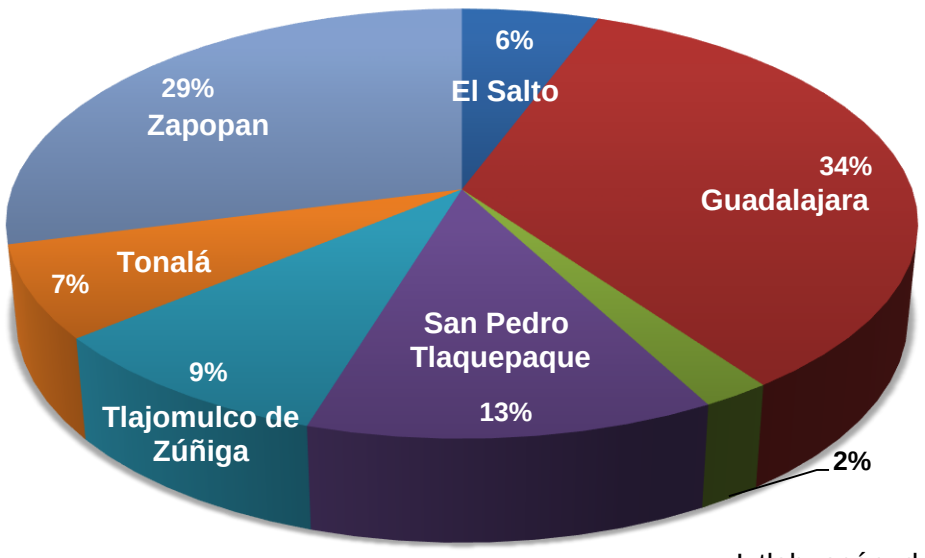
MAPA 14.3. Índice delictivo en correlación con sitios frecuentados por los turistas en el municipio de Guadalajara

14.3.3. Homicidios dolosos

La percepción social sobre la violencia no es algo fortuito ya que los hechos lo confirman y los medios de comunicación los difunden ampliamente, incluso de manera sensacionalista en algunos casos.

En el caso de la muerte por homicidio en la ZMG (Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Tlajomulco de Zúñiga y El Salto), en el primer semestre de 2013 se han registrado un total de 616 homicidios dolosos (véase Gráfica 14.6.).

GRÁFICA 14.6. Autopsias por homicidios realizadas en ZMG, ene-ago/2013



Fuente: Elaboración propia con base en http://ciencias forenses.jalisco.gob.mx/estadisticas

Lo más revelador de estas cifras es que la tendencia de 2013 va en aumento, respecto a las cifras de homicidios dolosos totales de 2012. En Zapopan, el número de homicidios en lo que va de 2013, prácticamente ya ha duplicado las cifras de 2012, al igual que El Salto, que en este mismo período ya superó las cifras del año anterior (véase Tabla 14.1)

TABLA 14.1. Diferencia comparativa 2012-2013 de homicidios dolosos en la ZMG		
Municipio	**2012**	**2013**
Guadalajara	432	212
El Salto	34	35
Tlajomulco de Zúñiga	89	57
Tlaquepaque	111	77
Zapopan	93	179
Tonalá	78	43
Ixtlahuacán de los Membrillos	ND	13
Total	**837**	**616**

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Jalisciense de Ciencias Forenses

14.4. Perspectivas de seguridad

Es evidente que el problema de inseguridad y violencia va a seguir perdurando, y en muchos casos creciendo, tanto en Jalisco como en el resto del país. Por lo pronto, se han realizado acciones con vistas a mejorar la infraestructura de las fuerzas policiales y su acreditación como profesionales; sin embargo, cuesta creer que los programas de certificación y de mando único policial vayan a ser la panacea que la seguridad pública del estado requiere. Sin embargo, se tendrá que esperar a ver los resultados de este nuevo modelo policial.

La seguridad pública es un elemento clave para la competitividad de los países en todos los sectores económicos, y el turismo no escapa a los alcances de esta asignatura. Si bien es cierto que en la ZMG los altos niveles de violencia aún no repercuten gravemente a la actividad turística, los delitos del fuero común sí que afectan a la población local y a los turistas. De ahí que las estrategias de seguridad de los gobiernos locales deberán estar encaminadas a mitigar los delitos de robo a negocios, asaltos y tantos otros que afectan la imagen de la ciudad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AMITI, CANIETI, FMD - Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información; Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. (2006). *Visión México 2020. Políticas públicas en materia de tecnologías de información y comunicaciones para impulsar la competitividad de México.* México.

Airports Council International (2011). *2011 Annual Report. The voice of the world's airports.*Montreal: Quebec. Airports Council International. Recuperado de: http://www.aci.aero/Airport-Service-Quality/ASQ-Awards/2012-Winners

Banco de Desarrollo de América Latina (2011). *Desarrollo urbano y movilidad en América Latina*. Corporación Andina de Fomento. Banco de España. Colombia.

Blancheton, B. y J.J. Marchi (2013). The three systems of rail tourism: French case. *Tourism Management Perspectives,* Vol. 5. New Zealand. pp. 31-40.

Blanke, J. y T. Chiesa (2013). *The travel & tourism competitiveness report 2013. Reducing barriers to economic growth and job creation*. World Economic Forum. Switzerland. Recuperado de: http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013

Briceño, M. y B. Gil (2005). Ciudad, imagen y percepción. *Revista Geográfica Venezolana*, 46(1), Venezuela. pp. 11-33.

CCIM y CEIM – Cámara de Comercio e Industria de Madrid y Confederación Empresarial de Madrid (2008). *Libro blanco del Turismo de Madrid. Madrid tiene mil caras, mil oportunidades. 2008-2018*. España.

CEA - Comisión Estatal del Agua de Jalisco (2013). *Proyecto integral de saneamiento y abastecimiento de la Zona Conurbada de Guadalajara.* Recuperado de: http://www.ceajalisco.gob.mx/zcg-proyecto.swf

_____ (2013a) Sistema Integral de Información de Cobertura de Aguas del Estado de Jalisco México.
Recuperado de: http://www.ceajalisco.gob.mx/siicaej.php#Escena_1

Centro de Análisis de Políticas Públicas (2011). *10 puntos para entender el gasto en infraestructura en México. Evaluación de avances del programa carretero 2007-2012*. México Evalúa. México.

CESTUR – Centro de Estudios Superiores en Turismo (2010). *Perfil y grado de satisfacción del turista. Reporte Guadalajara Octubre–Diciembre.* México. Recuperado de: http://www.cestur.sectur.gob.mx/

CESTUR, Centro de Estudios Superiores en Turismo; CONACYT, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología; y Universidad La Salle, (2012). *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral.* México.

COEPO – Consejo Estatal de Población de Jalisco (2012). *Índice de Desarrollo Municipal 2012.* México.

CNET – Consejo Nacional Empresarial Turístico y Universidad Anáhuac (2012). *Panorama de actividad turística en México. Información para la toma de decisiones de los empresarios*. Núm. 7, Mayo-Agosto. México. Recuperado de: www.cnet.org.mx

CONEVAL – Consejo Nacional para la Evaluación de la Política Social (2012). *Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en México*. México.

CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2013). *Inventario del patrimonio cultural inmaterial.* Sitio *Sistema de Información Cultural*. México. Recuperado de: http://sic.conaculta.gob.mx/ index.php?table=frpintangible

Consulta Mitofsky (2011). *Orgullos del Mexicano 2011. Encuesta Nacional en Viviendas*. México. Recuperado de: http://consulta.mx/Estudio.aspx?Estudio=orgullo-2011

CPTM – Consejo de Promoción Turística de México (2013). *Monitoreo de Mercados de Destinos*. México.

Denstadli, J.M. y J.K. Jacobsen (2011). The long and winding roads: perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism Management*, Vol. 32. pp. 780-789. Nueva Zelanda.

Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación y marketing.* Pirámide. España.

FONATUR – Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2013). *Programa de desarrollo de los circuitos turísticos de la Zona Metropolitana de Guadalajara, Estado de Jalisco*. México. Versión Técnica.

Fondness, D. y B. Murray (2007). Passengers' expectations of airport service quality. *Journal of Service Marketing*, 21(7). Pp. 492-506.

Gobierno del estado de Jalisco (2011). *Programa Sectorial de Desarrollo y Fomento al Turismo*. México.

_____ (2013). *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*. Edición del sábado 18 de mayo. Tomo CCCLXXVI. Núm. 6. Sección IV. México.

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (2012). *50 Aeropuertos más importantes de América. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012.* (Boletín). México. Recuperado de: http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349

_____ (2012a). *55 Aeropuertos más importantes del mundo. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012*. (Boletín). México. Recuperado de: http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349

_____ (2012b). *Grupos Aeroportuarios de México. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012.* (Boletín). México. Recuperado de: http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349

INE – Instituto Nacional de Ecología (2013) *Sistema de Consulta del Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio.* México. Recuperado de: *http://poegt.inecc.gob.mx/INECC/web/jsp/*

INEGI – Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009). Censos Económicos 2009. México.

_____ (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*, ITER,Principales resultados por localidad. México.

_____ (2010a). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2010*. México.

_____ (2012). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre la Seguridad Pública 2012*. México.

_____ (2013). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)*. México.

H. Ayuntamiento de Guadalajara (2009). *Reglamento de Imagen Urbana*

_____ (2013). Plan Municipal de Desarrollo.

H. Ayuntamiento de Tlaquepaque (2013). *Plan Municipal de Desarrollo*

H. Ayuntamiento de Zapopan (2013). *Plan Municipal de Desarrollo*

Jalisco como vamos, observatorio ciudadano (2012). *Reporte de indicadores sobre calidad de vida.* México.

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

Martín, D. (1999). Las tecnologías de la información y el turismo. *Estudios turísticos, 142*. España. Pp. 3-24.

Martínez R., Fernando. (1984). *Zapopan; Tierra de Amistad, Respeto y Trabajo*. H. Ayuntamiento de Zapopan 1983-1985. México.

Mendoza-Hauchecorne, E. (2013). La movilidad urbana como modus operandi que edifica ciudades. *Economía, Sociedad y Territorio*, 13 (42). México: El Colegio Mexiquense. Pp. 571-575.

Ministère de l´Écologie; du Dévelopement Durable et de l'Énergie, (2013). *Ville durable, aménagement, urbanisme, sites et paysages. Paysages*. Francia. Recuperado de: http://www.developpement-durable.gouv.fr/-Paysages-.html

OMS, Organización Mundial de la Salud (2013). Temas de Salud. Recuperado de: http://www.who.int/es/

Peniche C., Salvador y Manuel Guzmán A. (2009). *Estudios de la Cuenca del Río Santiago; Un Enfoque Multidisciplinario*. México: Ed. Páramo.

Perroti, D.E. y R. J. Sánchez (2011). *La brecha de infraestructura en América Latina y el Caribe. División de Recursos Naturales e Infraestructura.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile. Recuperado de: http://www.eclac.org/publicaciones/

Pineda, L. (2008). Las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) como fuente de desarrollo tecnológico. *Universidad & Empresa, 7*(15), Colombia: Universidad del Rosario. Pp. 137-149.

PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2009). *Informe sobre Desarrollo Humano Jalisco 2009. Capacidades Institucionales para el Desarrollo Humano Local*. México.

Polo, A. I. y M. Frías (2010). The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *International Journal of Tourism Research, 12*, United States. Pp. 34-48.

Puccio, H. y N. Grana (2008). La innovación como requisito para la competitividad turística. Una metodología para su descripción y análisis. *Gestión Turística, 10*. Chile: Universidad Austral. Pp. 59-76.

Rodríguez Antón, *et al.* (2008), *Estudio de las Políticas de Calidad aplicadas al Sector Turismo. Un Análisis de las Mejores Prácticas en España y México. Visión libros.* España: Universidad Autónoma de Madrid.

Sánchez, F. y R. Moura (2005). Ciudades-modelo: estrategias convergentes para su difusión internacional. *Revista Eure*, 31(93). Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Pp. 21-34.

Sandoval Cabrera, Pablo (s/f). *Importancia de la contabilidad y fiscalidad ambiental: situación actual y alternativas de implementación en el subsector turismo de México*. Versión Mimeografiada. México.

Schwab, K. (2012). *The Global Competitiveness Report, 2012-2013.* World Economic Forum. Switzerland. Recuperado de: http://www.weforum.org/gcr

SCT – Secretaría de Comunicaciones y Transporte (2013). *Infraestructura de Transporte 2013-2018.* México.

SECTUR – Secretaría de Turismo (2000). *Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva 2020*. México.

_____ (2010). *Perfil y grado de satisfacción del turista. Zona Metropolitana de Guadalajara.* México.

_____ (2011). *Quinto informe de labores*. México.

_____ (2013). *Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México*. México.

_____ (2013a). *El Gobierno Chino se compromete a impulsar mayores flujos turísticos hacia México*. (Boletín 163). Dirección General de Comunicación Social. México. Recuperado de: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/B163

SEGITTUR – Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas S.A. (2013). Estudio de mercado de apps turísticas España.

SEGOB – Secretaría de Gobernación. (2013). *Diario Oficial de la Federación.* Tomo DCCXI. Núm. 18. México D.F.

SEMADET – Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (2013). *Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco*. México.

_____ (2013a). *SIGA Jalisco.* México. Recuperado de: http://siga.jalisco.gob.mx/moet/

SEMARNAT – Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2012). Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco.

SEPAF – Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas (2013)….*¿Cómo vamos en Jalisco? Monitoreo de Indicadores del Desarrollo para el Bienestar de Jalisco.*

SECTURJAL – Secretaría de Turismo de Jalisco (2011). *Anuario Estadístico 2011.* México.

_____ (2012). *Anuario estadístico 2012*. México.

Tello, J. M., G. C. Cerda y P. Pardo (2012). *Índice de competitividad turística de los Estados Mexicanos.* Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey. México. Recuperado de: http://cestur.sectur.gob.mx/index.php/publicaciones/estudios-e-investigaciones/calidad-y-comptetitividad

Tomassian, G. C., G. Pérez y R. Sánchez (2010). *Políticas integradoras de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas iniciales.* División de Recursos Naturales e Infraestructura. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Chile. Recuperado de: http://www.eclac.org/publicaciones/

Troitiño, L. (2013). "Usos turísticos del patrimonio". Ponencia presentada en el Centro Universitario de los Valles. Universidad de Guadalajara. México.

Vaca, D. (2012). *Perfiles de infraestructura y transporte en América Latina. Caso México.* Unidad de Servicios de Infraestructura. Centro de Estudios para América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Chile. Recuperado de: http://www.eclac.cl/perfil/noticias/noticias/7/29957/Caso_M%C3%A9xico.pdf

Wray, M., J. Laing y C. Voigt (2010). Byron Bay: an alternate health and wellness destination. *Journal of Hospitality and Tourism Management,* 17. Australia: University of Queensland. Pp 158-166.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

II. Agenda de Competitividad del Destino Zona Metropolita de Guadalajara

Octubre de 2013

CONTENIDO

I. EJES DE LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA – PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1

II. LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES ESTRATÉGICAS - PLAN ESTATAL DE DESARROLLO 2

III. LINEAMIENTOS SECTORIALES - PLANES MUNICIPALES DE DESARROLLO 3

IV. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN 5

1. OFERTA TURÍSTICA 5

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 6

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA 6

4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN 7

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA 8

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA 9

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 9

8. GESTIÓN DEL DESTINO 10

9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA 11

V. DESCRIPCIÓN DE LOS FACTORES 12

1. OFERTA TURÍSTICA 12

1.1. Oferta cultural 12

1.1.1. Museos 12

1.1.2. Monumentos 12

1.1.3. Zonas arqueológicas 13

1.1.4. El patrimonio material e inmaterial 13

1.1.5. Las rutas turísticas 13

1.2. Oferta de servicios turísticos 14

1.2.1. Servicios de Alojamiento 14

1.2.2. Servicios de Alimentos y Bebidas 15

1.2.3. Servicios complementarios 15

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 17

2.1. Calidad de vida 17

2.2. La productividad de la actividad turística 17

2.2.1. El empleo en el sector turístico 17

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA 18

3.1. Plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) 18

3.1.1. Sistema de drenaje y alcantarillado 18

3.1.2. Manejo de RSU (Residuos Sólidos Urbanos) 18
3.2. Patrimonio natural 19
3.2.1. Áreas verdes 19
3.2.2. Áreas Naturales Protegidas 20
3.3. Normatividad ambiental 20
3.3.1. Ordenamiento ecológico territorial decretado 20
3.3.2. Manejo de riesgo 21
3.3.3. Planes y programas en materia de educación ambiental 21
3.4. La certificación ambiental en el sector 22
4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN 23
4.1. Instrucción escolar 23
4.2. El recurso humano calificado para atender al sector 23
4.3. La capacitación y la certificación turística 24
4.4. Grado de satisfacción del turista 25
5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA 26
5.1. Conectividad aérea 26
5.1.1. Transporte aeropuerto-ZMG 26
5.2. Conectividad carretera 27
5.2.1. Oferta de transporte foráneo 27
5.3. Los trenes turísticos 29
5.4. Transporte y movilidad urbana 29
5.4.1. Calidad en el transporte local. 31
5.4.2. Imagen urbana 31
6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA 32
6.1. Percepción del nivel de inseguridad 32
6.2. Incidencia delictiva 32
6.2.1. Delitos del fuero común 32
6.2.2. Homicidios dolosos 34
6.2.3. Salud e integridad física 34
6.3. Elementos de Seguridad Pública 35
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 36
7.1. La promoción turística en el contexto estatal 36
7.2. La promoción turística del destino 36
7.2.1. Diversificación y segmentos de mercado 38
7.2.2. La participación de los Destination Management Companies (DMC's) y operadores mayoristas 38
7.3. Fidelidad del visitante 39

8. GESTIÓN DEL DESTINO 40
8.1. Marco legal en materia turística 40
8.1.1. Normatividad estatal 40
8.1.2. Normatividad del destino a nivel local 40
8.1.3. Planeación estratégica del destino 41
8.2. Identificación de agentes para la gestión del destino 42
8.2.1. Coordinación institucional 42
8.2.2. Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil 42
8.2.3. Coordinación multisectorial 43
9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA 45
9.1. Las TIC's en el contexto local 45
9.2. Las TIC's y la actividad turística 45
9.2.1. Portal de internet del destino 45
9.2.2. Líneas telefónicas de atención al turista 45
9.3. Información al visitante 46
BIBLIOGRAFÍA 47

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

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

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

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

II. LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES ESTRATÉGICAS - PLAN ESTATAL DE DESARROLLO

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

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

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

III. LINEAMIENTOS SECTORIALES - PLANES MUNICIPALES DE DESARROLLO

En general, los planes municipales en ZMG mencionan explícitamente la necesidad de establecer estrategias de promoción, aunque resulta interesante que en ninguno de los planes de ZMG se menciona la búsqueda de una estrategia común de promoción para que todos los municipios resulten beneficiados en una campaña para detonar el turismo en ZMG. Algunos, como Guadalajara, establecen la necesidad de posicionar mejor la marca *cuidad Guadalajara* en el mundo. Otros, como Zapopan (H. Ayuntamiento Constitucional de Zapopan, 2013), buscan proyectar al municipio como un multidestino turístico a nivel nacional e internacional.

En lo que respecta a Tlaquepaque, la principal línea de acción se basa en una promoción intensiva del destino a través de campañas de difusión y la participación en eventos turísticos. Por su parte, Tlajomulco de Zúñiga (H. Ayuntamiento Constitucional de Tlajomulco de Zúñiga, 2012) busca impulsar la ruta franciscana a través de promociones intensivas a nivel regional, estatal y municipal mediante la realización de recorridos guiados. Este impulso a la ruta Franciscana es congruente con lo que establece el plan estatal de desarrollo de Jalisco 2030.

Tlajomulco de Zúñiga es el único municipio que explícitamente presenta una línea de acción para conservar su patrimonio natural existente. Tal es el caso de la iniciativa para regular el uso del agua de la Laguna de Cajititlán para impulsar el desarrollo turístico y económico de la región. Esta iniciativa se complementa con el plan para construir la segunda etapa del malecón de Cajititlán.

Otros municipios se enfocan más a la conservación y adecuación del patrimonio cultural. Tal es el caso de Guadalajara, que busca la reactivación de zonas claves como el centro histórico, el corredor gastronómico y la zona expo. De igual forma, Zapopan busca conservar y promover las zonas arqueológicas, el patrimonio histórico, y el equipamiento artístico y cultural con el que cuenta. Por su parte, Tlaquepaque apuesta por el rescate de su oferta artesanal y la preservación de talleres y técnicas artesanales que distinguen a esta región.

En suma, podemos decir que es positivo que el plan federal, el plan estatal (Jalisco) y los planes municipales (ZMG) consideren al turismo como un sector estratégico que puede contribuir de forma importante en la economía de los tres órdenes de gobierno. Sin embargo, los planes reflejan que hace falta mucho por hacer para que los intereses locales y regionales sean compatibles y congruentes

con los intereses nacionales, y esto se vea reflejado claramente en los planes de desarrollo.

IV. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

1. OFERTA TURÍSTICA

Objetivos:

- Diversificar la oferta turística mediante la activación turística de los recursos naturales y culturales disponibles en el territorio.
- Aumentar el promedio de estadía y el gasto medio de los turistas.
- Elevar la ocupación promedio de los establecimientos de hospedaje.

Estrategias:

- Llevar a cabo proyectos de desarrollo turístico de alto impacto, particularmente en la Barranca del Río Santiago y el Centro Histórico de Guadalajara.
- Articular las acciones de la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) con las dependencias de turismo municipales para llevar a cabo acciones en conjunto, que beneficien la actividad turística de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

Líneas de acción:

- Identificar el potencial turístico de los recursos naturales de la ZMG y fomentar el desarrollo de actividades turísticas de manera organizada y sustentable.
- Determinar una bolsa de recursos financieros anual para los siguientes años, que se destine exclusivamente a la recuperación del Centro Histórico de Guadalajara.
- Promover una nueva gestión de la actividad turística municipal, en la que los gobiernos municipales prioricen la gestión turística por encima de las acciones de relaciones públicas y la promoción.
- Involucrar a la sociedad y a los empresarios del sector turístico en el desarrollo de nuevos productos turísticos que hagan más competitivo el destino en materia turística.

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Objetivos:

- Hacer de la actividad turística en el destino, un factor de desarrollo económico y social para quienes habitan en él.

Estrategias:

- Promover la inversión de capital local en el sector turístico.
- Establecer convenios con los empresarios del sector, dirigidos a mejorar los ingresos económicos del personal ocupado en dicha actividad.
- Llevar a cabo proyectos de desarrollo turístico en áreas deprimidas del destino, pero que simultáneamente cuentan con recursos de interés turístico en sus localidades.

Líneas de acción:

- Incentivar a los actores locales al emprendimiento de actividades productivas ligadas al turismo (alojamiento, alimentos y bebida, y otros servicios).
- Establecer un diálogo con las Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO) de los diferentes municipios, con el objetivo de elaborar un plan para el mejoramiento de los salarios a los prestadores de servicios turísticos.
- Revisar, retomar y actualizar proyectos turísticos localizados en áreas deprimidas, así como buscar fuentes de financiamiento de distintas dependencias públicas, privadas y ONG's, para su respectiva ejecución.

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

Objetivos:

- Realizar un aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales del destino.
- Lograr que las empresas del sector turístico en el destino sean ejemplo de sustentabilidad para otros destinos, e incluso para otros sectores económicos.

Estrategias:

- Otorgar recursos financieros para el mantenimiento y conservación de las Áreas Naturales Protegidas (ANP).

- Establecer un plan integral de turismo sustentable para todas las empresas del ramo en el destino.

Líneas de acción:

- Actualizar los planes y programas de manejo de las diferentes ANP del destino.
- Instaurar mecanismos de autogeneración de recursos económicos para todas las ANP en el destino.
- Destinar un presupuesto a las ANP que no tienen presupuesto público, sobre todo a las de responsabilidad municipal.
- Otorgar incentivos fiscales para que todas las empresas del sector turístico (hoteles, alimentos y bebidas, y otros servicios) adopten prácticas sustentables en todas sus áreas de trabajo.

4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Objetivos:

- Contar con capital humano competente, que atienda satisfactoriamente las demandas de todos los turistas que arriban al destino.
- Lograr procesos de certificación que en verdad se reflejen en el servicio, lo que se expresa en el papel.

Estrategias:

- Crear sinergias entre las empresas del sector turístico con las instituciones de educación superior y centros de enseñanza en turismo.
- Realizar una reingeniería de los procesos de certificación en establecimientos del sector turístico.

Líneas de acción:

- Llevar a cabo un diagnóstico sobre el perfil del capital humano que requiere el sector en el destino y establecer acuerdos con las instituciones educativas formadoras de recursos humanos para el sector.
- Revisar y actualizar los planes de estudio de las carreras en turismo y con vocación a dicha actividad.
- Realizar una evaluación de los sistemas de certificación turística que aplican en el destino para verificar que en realidad cumplan su objetivo.
- Actualizar, mejorar y ampliar los procesos de certificación para las empresas turísticas.

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

Objetivos:

- Mejorar la calidad del servicio que se presta en las terminales aérea y terrestre del destino.
- Lograr un destino amigable, con equipamiento urbano incluyente para todos sectores sociales (discapacitados, débiles visuales, etc.).
- Tener un transporte público de calidad, seguro y digno.

Estrategias:

- Promover la modernización del aeropuerto internacional “Miguel Hidalgo” de Guadalajara, así como de las cuatro terminales de autobuses que existen en la ciudad.
- Promover la adecuación de espacios públicos y sitios de interés turístico, para que sean accesibles a los todos los sectores.
- Convocar al gobierno de Jalisco y a los transportistas de la ZMG para establecer un plan de mejora integral del transporte público en el destino.

Líneas de acción:

- Concretar un acuerdo entre el Grupo Aeroportuario del Pacífico[1], y el gobierno federal, para llevar a cabo una remodelación en las instalaciones del aeropuerto.
- Identificar los problemas de accesibilidad y tránsito para sectores vulnerables en sitios estratégicos, como los centros históricos y lugares turísticos.
- Dar mantenimiento a toda la infraestructura urbana incluyente (rampas, semáforos auditivos, etc.).
- Incluir en los programas operativos anuales de obra pública, las adaptaciones necesarias para ampliar la infraestructura incluyente que ya existe.
- Elaborar un plan integral de mejora del transporte público, con el compromiso de la sociedad, los transportistas y el gobierno, para ser más significativa la calidad el servicio.
- Promover la evaluación y capacitación continua de los operadores del transporte público.
- Homogeneizar con una imagen sobria (externa e interna) las unidades de transporte público.

[1] Grupo que opera el aeropuerto de Guadalajara.

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

Objetivos:

- Ser un destino que ofrezca seguridad física y patrimonial a los turistas, así como a los inversionistas del sector turístico.

Estrategias:

- Promover la apropiación de los espacios públicos y sitios turísticos por parte de la población local y los turistas, con el objeto de generar un entorno seguro.
- Mejorar la seguridad pública en los sitios de interés turístico.

Líneas de acción:

- Llevar a cabo un programa integral de recuperación de espacios públicos.
- Modificar los usos de suelo en áreas donde el uso no sea compatible con el turismo y la vivienda.
- Aumentar la presencia de elementos policiacos en zonas estratégicas para el turismo (centros históricos, paseo Chapultepec, entre otros).
- Crear la figura del *policía turístico* que tenga las aptitudes necesarias para la atención a los visitantes.

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivos:

- Tener una campaña publicitaria constante de gran alcance en los mercados nacional e internacional.
- Ampliar la participación del destino en los mercados turísticos nacional e internacional.

Estrategias:

- Relanzar la marca destino de la ZMG y con ello una nueva campaña publicitaria integral.
- Atraer nuevos segmentos de turismo (turismo alternativo, turismo cultural).

Líneas de acción:

- Evaluar las estrategias de promoción turística del destino para encontrar áreas de oportunidad y mejora continua.
- Diseñar una campaña de relanzamiento de la marca Guadalajara, que penetre medios convencionales y electrónicos.

- Comenzar a promover los atractivos alternativos que existen en la ZMG, con el objeto de iniciar el proceso de diversificación de la oferta turística.
- Concretar alianzas con tour-operadores nacionales e internacionales para aumentar penetrar en el mercado doméstico y ampliar los mercados internacionales actuales.
- Persuadir a las tour–operadoras locales para que no solo trabajen con turismo emisivo, sino también con el turismo receptivo.

8. GESTIÓN DEL DESTINO

Objetivos:

- Lograr una gestión del destino con enfoque interinstitucional y de colaboración entre los distintos niveles de gobierno y los actores locales.

Estrategias:

- Convocar a un *Acuerdo por el Turismo* en la ZMG.
- Gestionar recursos financieros para el desarrollo de proyectos turísticos de alto impacto, con la participación de todos los actores involucrados con el sector.

Líneas de acción:

- Iniciar una etapa de nueva gestión del turismo en los gobiernos municipales, con nuevas líneas de acción y gestión para la actividad turística en sus localidades.
- Concretar firma de acuerdos de coordinación interinstitucional entre las dependencias de turismo de los tres niveles de gobierno, e incluir los actores involucrados, con el objeto de trabajar de manera colectiva en un proyecto común de desarrollo turístico.
- Persuadir a los gobiernos local y estatal, para que destinen una mayor cantidad de recursos económicos para el desarrollo de infraestructura turística.

9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA

Objetivos:

- Aprovechar las ventajas de las TIC's para desarrollar el turismo en el destino.

Estrategias:

- Penetrar en el mercado a través de las tecnologías de la información.

Líneas de acción:

- Trasladar la información de los sitios turísticos a una plataforma digital, desde donde los turistas puedan acceder por medio de su teléfono inteligente o dispositivo móvil.
- Lanzar un sitio *Web* único para el turismo, donde se exponga información turística de todos los municipios de la ZMG.
- Incluir en el sitio información actual sobre los servicios de transporte local y foráneo; horario de sitios turísticos; chat en línea; costos de algunos servicios; información clara, concisa y suficiente sobre todos los atractivos turísticos del destino, entre otros.

V. DESCRIPCIÓN DE LOS FACTORES

1. OFERTA TURÍSTICA

1.1. Oferta cultural

1.1.1. Museos

Según cifras de la Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco, este estado destaca como el segundo con mayor número de museos, con 114; sólo después del Distrito Federal (DF), el cual ocupa el primer lugar nacional con un total de 147 de estos espacios. En la ZMG se localizan 34 museos, de los cuales 22 se ubican en Guadalajara, seis en Zapopan, tres en Tlaquepaque, dos en Tonalá y uno en Tlajomulco de Zúñiga.

1.1.2. Monumentos

Los monumentos históricos son bienes vinculados con la historia de la nación; en la ZMG existen 176 monumentos de los cuales 115 se encuentran en Guadalajara, 19 en Zapopan, 15 en Tlaquepaque, 14 en Tlajomulco y 8 en Tonalá; así como cinco monumentos ubicados en Ixtlahuacán de los Membrillos y uno en El Salto.

Entre los monumentos históricos que destacan está la Estación El Castillo en el municipio de El Salto; la Casa de Indias localizada en el poblado de Cuexcomatitlán y el Templo de los Santos Reyes localizado en el poblado de Cajititlán (ambos en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga); el Parián y la Parroquia de San Pedro, en el municipio de Tlaquepaque; la Basílica de Nuestra Señora de Zapopan, en el municipio del mismo nombre. Entre los monumentos más representativos ubicados en el municipio de Guadalajara se encuentran, el Templo Expiatorio del Santísimo Sacramento, la Rotonda de los Hombres Ilustres, el Palacio Municipal, la Catedral de Guadalajara, el Ex-convento del Carmen, el Palacio de Justicia, Plaza Universidad, el Instituto Cultural Cabañas y el Teatro Degollado.

El Instituto Cultural Cabañas es un monumento histórico que alberga el Museo de Sitio y Obra de José Clemente Orozco. A pesar de la relevancia de este patrimonio cultural, su afluencia de visitantes ha descendido en los últimos años, en el 2009 se recibieron 178 mil personas y en el 2012 sólo 121 mil 992 arribaron a este lugar; la meta para 2013 es de 142 mil 334 visitantes (SEPAF, 2013).

Cabe mencionar, que el destino turístico de la ZMG no cuenta con alguna declaratoria de Zona de Monumentos Históricos reconocida por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

1.1.3. Zonas arqueológicas

El INAH tiene bajo su resguardo un total de 182 zonas arqueológicas, de las cuales tres se encuentran en el estado de Jalisco, dos de ellas en la ZMG: Ixtépete y El Grillo.

El Ixtépete es una de las zonas arqueológicas más importantes del Occidente del país, corresponde a la época prehispánica; consta de un templo mayor, ubicado al centro norte con cara al oriente de la ciudad. Tiene características de los grupos aztecas emigrados de Aztlán, el basamento principal guarda semejanza con la Pirámide del Sol de Teotihuacán.

La zona arqueológica El Grillo la conforman siete montículos con una altura aproximada de siete metros. En esta zona se encontraron un número importante de tumbas de fosa rectangular que datan del período 600 a 800 d.C. (CONACULTA, 2013).

1.1.4. El patrimonio material e inmaterial

La ZMG cuenta con tres declaratorias de la UNESCO y tres declaratorias realizadas por el CONACULTA. Por un lado, el Instituto Cultural Cabañas obtuvo la denominación de Patrimonio Mundial de la Humanidad en el año de 1997. Además, en 2011 se le otorgó la denominación de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al “Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta”; y en 2007 se le denominó Memoria del Mundo a la Colección de Lenguas Indígenas. Cabe resaltar que estas tres declaratorias se otorgaron en el municipio de Guadalajara.

Por su parte, los municipios de El Salto y Tlajomulco de Zúñiga poseen declaratorias de patrimonio ferrocarrilero, reconocidas por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

1.1.5. Las rutas turísticas

En la ZMG existen dos rutas culturales que comparten la misma temática religiosa. Por un lado, la Ruta Franciscana de Tzapopan se desarrolla a lo largo del municipio de Zapopan; consta de once sitios históricos entre los que figuran: el Palacio Municipal, la Parroquia de San Pedro y las localidades de Santiago de Nextípac, Santa Ana Tepetitlán, San Juan de Ocotán, entre otros.

Asimismo, la Ruta Franciscana de Tlajomulco de Zúñiga está conformada por un conjunto de conventos, iglesias y hospitales de indios, como ejemplo de la arquitectura religioso-militar, y los centros históricos como parte de la arquitectura civil del periodo colonial del municipio de Tlajomulco de Zúñiga.

1.2. Oferta de servicios turísticos

1.2.1. Servicios de Alojamiento

En el año 2012, la ZMG contaba con 357 establecimientos de hospedaje, en su mayoría concentrados en el municipio de Guadalajara. Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos son los municipios más rezagados en materia de oferta turística, pues ambos carecen de opciones de alojamiento. Los establecimientos de categoría turística que más predominan son los de cinco, cuatro y tres estrellas, que representan el 47.2% de la oferta total de hospedaje (Véase Tabla 1.1.).

TABLA 1.1. Establecimientos de hospedaje en la ZMG al 2012

Municipio	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin categoría
El Salto	2	0	1	0	0	0	1
Guadalajara	231	23	43	43	12	37	73
Ixtlahuacán	2	1	1	0	0	0	1
Juanacatlán	0	0	0	0	0	0	0
Tlajomulco	7	1	1	1	0	0	4
San Pedro Tlaquepaque	35	2	9	5	0	2	17
Tonalá	11	0	0	6	0	3	2
Zapopan	72	8	19	11	2	1	31
TOTAL	360	35	74	66	14	43	129

*Comprende albergues, departamentos, *bungalows*, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, moteles, villas, posadas, pensiones y *tráiler park*.

Fuente: Elaboración propia con base a datos proporcionados por la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco.

En lo que refiere a cuartos disponibles en el 2012, la ZMG contaba con 22,574 unidades rentables, de las cuales más del 29.0% se ofrecían en establecimientos de categoría cuatro estrellas (SECTURJAL, 2012).

La tarifa promedio por habitación por noche es de 761 pesos aproximadamente, considerando la más alta en 1,300 pesos y la más baja en 380 pesos. La estancia promedio de los turistas hospedados en la ZMG es de 2.2 noches para los nacionales y de 2.6 noches para los extranjeros (*Ibíd*.).

Por último, el gasto promedio de los turistas que visitaron la ZMG en 2011 equivale a $343.29 pesos diarios. De este total, el 23.91% se destina al

hospedaje, el 19.9% a los alimentos, el 9.83% al transporte local; el 13.78% a diversiones, el 30.01% a las compras y el resto a otros segmentos (*Ibíd.*).

1.2.2. Servicios de Alimentos y Bebidas

La ZMG cuenta con 974 establecimientos de alimentos y bebidas de servicio completo (restaurante convencional). El mayor número de estos negocios se concentra en el municipio de Guadalajara con 525, seguido de Zapopan con 279. Estos establecimientos están también presentes, aunque en menor proporción, en Tlaquepaque y Tonalá (Véase Tabla 1.2.).

TABLA 1.2. Servicios de alimentos y bebidas en la ZMG

Municipio	Restaurantes		Servicio de eventos y banquetes	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares
	Servicio completo	Autoservicio comida p/llevar y similares		
El Salto	13	313	0	16
Guadalajara	525	8,271	13	316
Ixtlahuacán de los M.	1	48	0	6
Juanacatlán	2	25	0	2
Tlajomulco de Zúñiga	40	656	0	33
Tlaquepaque	71	1,637	0	66
Tonalá	43	1,210	1	36
Zapopan	279	3,502	14	108
Total	**974**	**15,662**	**28**	**583**

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2013).

Por otro lado existen 15,662 establecimientos correspondientes a restaurantes de autoservicio, comida para llevar y similares. Además, el destino cuenta 583 unidades económicas que ofrecen servicio de entretenimiento nocturno (centros nocturnos, bares, cantinas, etc.).

1.2.3. Servicios complementarios

La capital del estado de Jalisco cuenta con una serie de servicios que hacen justicia a la tradición de Guadalajara como ciudad hospitalaria y comercial que siempre la ha caracterizado. Entre estos servicios que se ofrecen, tanto a la población local, como a los miles de turistas que la visitan diariamente, se encuentran: agencias y operadoras de viajes, guías, centros comerciales, módulos de información turística y negocios de artesanías.

En la ZMG operan un total de 374 agencias de viajes; de ellas solamente cuatro mayoristas y dos minoristas promueven el turismo receptivo, es decir, apenas el 1.6% de estos negocios comercializa viajes hacia esta metrópoli (incluyendo servicios y productos turísticos de la localidad). El resto de las agencias (98.4%),

se centran en el turismo emisor al ofrecer viajes y paquetes turísticos a los habitantes locales.

El comercio es otra de las actividades económicas más importantes en la ZMG, albergándose 51 plazas comerciales en dicha zona. Entre ellas merece especial mención Plaza del Sol, el primer centro comercial que se construyó en Latinoamérica, inaugurado en 1969 y de donde el término plaza - como significado de centro comercial- se extendió al resto de la región y del país. Otras plazas destacadas son Andares, Gran Plaza, Galerías y Centro Magno, puntos relevantes para el llamado turismo de compras surgido recientemente.

La producción artesanal también ha sido una característica de la ZMG. Aquí se pueden encontrar productos tan diversos como: vidrio soplado, herrería, platería, orfebrería, bordados, cerámica, sarapes, rebozos, tapetes, labrado de cantera y equipales. La mayoría de la producción es exhibida para su venta principalmente en el Mercado San Juan de Dios de Guadalajara, así como en las localidades de Tonalá y Tlaquepaque.

Asimismo, la ZMG cuentan con seis campos de golf establecidos en los municipios de El Salto, Guadalajara y Zapopan; y 40 parques con instalaciones recreativas, entre los que se encuentran: balnearios, unidades deportivas, clubes sociales y parques temáticos (DENUE, 2013).

2. DEMOCRATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

2.1. Calidad de vida

Considerando el Índice de Desarrollo Humano (IDH), como indicador de bienestar y calidad de vida, la situación que guardan los municipios estudiados responde a un nivel de desarrollo humano alto. Teniendo como mayor valor posible 1, en todos los casos el IDH es mayor a 0.8. Cabe mencionar que el municipio de Zapopan es quien encabeza la lista.

Con respecto a los niveles de desempeño municipal en los ámbitos social, económico, institucional y ambiental, los resultados son positivos, aunque con algunas diferencias. Por ejemplo, en el Índice de Desarrollo Municipal 2011, los municipios de la ZMG reportan un índice *muy alto y alto.*

Con relación al Índice de Desarrollo Municipal–Social, seis municipios de la ZMG tienen un valor considerado *muy alto:* Guadalajara, Zapopan, Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá e Ixtlahuacán de los Membrillos; debido a su relativamente mayor cobertura en servicios educativos, de salud, así como por las condiciones y características de las viviendas habitadas. En definitiva, en cuanto al nivel de bienestar social, económico y de desarrollo humano, los ocho municipios mantienen un nivel de marginación y rezago *muy bajo*, dando cuenta de un grado de una calidad de vida aceptable, de acuerdo a los parámetros establecidos por las instituciones y organismos evaluadores (COEPO, 2012).

2.2. La productividad de la actividad turística

2.2.1. El empleo en el sector turístico

Actualmente, en la ZMG se registran 52 mil 741 trabajadores asegurados en los rubros de servicios de alojamiento, preparación de alimentos y bebidas, y servicios recreativos y de esparcimiento. Cabe resaltar que la mayor incidencia de empleos en estos rubros se registra en los municipios de Guadalajara y Zapopan, con poco más de 89% del total. Por su parte, el municipio de Juanacatlán participa apenas con el 0.01%, cuestión que refleja la escasa productividad del sector en esa localidad (SEPAF, 2013).

Cabe mencionar que el empleo en estos subsectores creció apenas un 4.44% en el periodo comprendido de 2012 a 2013. Por su parte, el empleo generado en el subsector de servicios de alojamiento temporal cayó un 2.75% con respecto al año anterior (*Ibíd*.).

3. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

3.1. Plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR)

En lo que respecta a la infraestructura para saneamiento de aguas residuales de la ZMG, existe el túnel colector conocido como San Gaspar-San Juan de Dios, de una longitud de 10 km. y un diámetro de 2.5 m. En cuanto al sistema de colectores, la infraestructura existente alcanza 159 km. de longitud. Un sistema de subcolectores apoya a la infraestructura de saneamiento con otros 152 km. de tuberías, por lo que, en su conjunto, el sistema alcanza más de 300 km. en total.

Este sistema de colectores es confinado hacia diversas Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), entre las que se encuentran: Río Blanco, con capacidad para tratar 150 lt./segundo; Juanacatlán, 40 lt./segundo; El Salto, 32 lt./segundo, y Atequiza 25 lt./segundo. En total, la ZMG cuenta con 36 plantas de tratamiento de aguas residuales distribuidas a lo largo de los ocho municipios que integran la urbe. Cabe mencionar que Zapopan es el municipio que cuenta con el mayor número de plantas, seguido de Tlajomulco de Zúñiga e Ixtlahuacán de los Membrillos.

Así mismo, se pusieron en marcha dos grandes proyectos para tratar las aguas residuales que se vierten al río Santiago. Las PTAR Agua Prieta (Zapopan) y El Ahogado (El Salto y Tlajomulco de Zúñiga) han venido a mitigar el grave problema de contaminación del río; sin embargo, aún son insuficientes para tratar todas las aguas residuales y, mucho menos, para sanear el río.

3.1.1. Sistema de drenaje y alcantarillado

De acuerdo a cifras publicadas por COEPO (2012), en la ZMG el 92.7% de las casas habitación se encuentran conectadas a la red pública de drenaje. Destaca Guadalajara con el 99.4%, le sigue Zapopan con el 99%; Tlajomulco de Zúñiga con 98.9%, San Pedro Tlaquepaque con 98.6%; Tonalá con 98.2%; y finalmente El Salto y Juanacatlán con 96.7 y 97.5% respectivamente.

3.1.2. Manejo de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)

Según datos de la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET, 2013), el volumen de residuos sólidos por persona varía por municipio. En Zapopan se producen mil 237 toneladas de basura al día; le siguen Guadalajara con 760 toneladas y Tlaquepaque con 616 toneladas. Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga generan 427 y 155 toneladas de basura al día, respectivamente; y por último, en Juanacatlán un total de 6 toneladas al día.

Respecto a la capacidad de recolección de estos residuos, el número de vehículos y su equipamiento varía de municipio a municipio. Es así que Zapopan cuenta con 198 unidades para la recolección de basura; Guadalajara 166; Tlaquepaque 75; Tonalá 35; Tlajomulco 32; El Salto 13 y Juanacatlán 3 vehículos. En suma, la capacidad de recolección de basura está condicionada en gran medida por el equipamiento y la logística de cada municipio; siendo el promedio de toneladas recolectadas en la ZMG por unidad vehicular de 6.6 toneladas al día (SEMARNAT, 2012).

En conjunto, la ZMG genera 3 mil 305 toneladas de residuos sólidos al día. Esta cantidad es transferida a las respectivas estaciones de tratamiento, donde se procesa mediante un sistema de separación, clasificación y disposición final. Las cuatro estaciones de la metrópoli tienen capacidad de tratamiento de unas mil 700 toneladas al día, pero en realidad reciben cantidades de residuos muy superiores a las que pueden gestionar. Esta situación evidencia la fragilidad del sistema de manejo de desechos sólidos municipales desde un punto de vista sustentable, así como la escasa concienciación ciudadana respecto a la reducción en la generación de residuos en el hogar. Por tanto, existe una necesidad urgente de contar con mayores y mejores estaciones de transferencia para desarrollar una mayor capacidad en el manejo de los residuos y, en consecuencia, una mejor disposición final en los rellenos sanitarios.

La disposición final de los residuos sólidos se realiza en los rellenos sanitarios que existen en la ciudad. Al respecto, existen sólo dos instalaciones de este tipo: Relleno Sanitario Metropolitano Poniente “Picachos” (en Zapopan) y Relleno Sanitario “Los Laureles” (en Tonalá). No obstante, dichos rellenos no cumplen en su totalidad la normatividad ambiental. Uno de los principales problemas que han presentado es el derrame de lixiviados que contamina los cuerpos de agua aledaños. A pesar de que se han implementado plantas de tratamiento de lixiviados, éstas han sido insuficientes. Otro problema es que se ha extendido, por lo menos en Picachos, el ciclo de vida del relleno, pues de momento no hay otra opción para depositar tales residuos, lo cual exhibe que se sobrepasa la capacidad del sitio.

3.2. Patrimonio natural

3.2.1. Áreas verdes

Según datos de investigadores del Instituto de Astronomía y Meteorología de la Universidad de Guadalajara, la ZMG cuenta con apenas 3m^2 de áreas verdes por habitante, es decir, se tiene un déficit en esta materia, pues la Organización

Mundial de la Salud (OMS) afirma que debe haber un mínimo de 9 metros cuadrados de áreas verdes por habitante (OMS, 2013).

Además, las áreas verdes están mal distribuidas, ya que mientras en el Poniente de la ciudad hay algunos fraccionamientos, como Chapalita y Providencia, que cuentan con hasta 14 m2; otras zonas en el Oriente de la ciudad de Guadalajara, como Tonalá y Oblatos, apenas rondan el metro cuadrado por habitante.

3.2.2. Áreas Naturales Protegidas

En la ZMG existen seis Áreas Naturales Protegidas y son:

- El Bosque de la Primavera. Se clasifica como Área de Protección de Flora y Fauna, cubre una superficie aproximada de 30,500 ha. Abarca los municipios de Tala, Zapopan y Tlajomulco de Zúñiga.
- La Barranca del Río Santiago. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 17,729 ha. Se localiza en el municipio de Zapopan.
- El Bosque de los Colomos. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 90 ha. Se localiza en el municipio de Guadalajara.
- BENSEDI. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 1,591 ha. Se localiza en el municipio de Zapopan.
- La Barranca de Oblatos-Huentitán. Se clasifica como Zona Sujeta a Conservación Ecológica, cubre una superficie aproximada de 1,136 ha. Se localiza en el municipio de Guadalajara.
- Cerro Viejo-Chupinaya-Los Sabinos. Se clasifica como Área Estatal de Protección Boscosa, cubre una superficie aproximada de 23,000 ha. Se localiza en los municipios de Chapala, Jocotepec, Ixtlahuacán de los Membrillos y Tlajomulco de Zúñiga.

3.3. Normatividad ambiental

3.3.1. Ordenamiento ecológico territorial decretado

El Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio (POEGT), bajo la responsabilidad del Instituto Nacional de Ecología (INE), tiene como objetivo la instrumentación de acciones ambientales en diferentes actividades relacionadas con el uso y ocupación del territorio. Los fines de este programa contemplan aspectos que van más allá de la protección y la conservación de la biodiversidad,

ya que también incluyen garantizar certidumbre a la inversión pública y seguridad social, con el fin de desarrollar diversas actividades en el lugar (INE, 2013).

Para su implementación a nivel institucional, el POEGT es coordinado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), con el apoyo del INE y con la colaboración de diversas Secretarías de Estado y otras dependencias gubernamentales como el INEGI. En síntesis, este instrumento de la planificación sirve para definir la vocación de cada una de las partes del territorio, es decir, para delinear el correcto funcionamiento de éste.

En este sentido, el Ordenamiento Ecológico Territorial del Estado de Jalisco es un documento generado por parte del Consejo Técnico para el Ordenamiento Ecológico estatal, como un instrumento para facilitar la planeación, evaluación y seguimiento de los objetivos comprometidos.

En la ZMG, ante el acelerado crecimiento del tejido urbano, se han tomado acciones para proteger el territorio que aún no experimenta actividades antrópicas excesivas. Los ocho municipios que integran la ZMG cuentan con un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial decretado; además la ZMG cuenta con el "Plan de Ordenamiento de la Zona Conurbada de Guadalajara" y la "Declaratoria de reservas, usos y destinos de áreas y predios".

3.3.2. Manejo de riesgo

A nivel estatal, Jalisco cuenta con Atlas de Peligros Geológicos, Hidro-meteorológicos, Químicos, Sanitarios y Socio-organizativos. Por su parte, los ocho municipios que integran la ZMG cuentan con un Mapa de Riesgos elaborado por el Instituto de Información Territorial del Estado de Jalisco. Asimismo, el instituto genera el Mapa de Zonas de Inundación del Área Metropolitana de Guadalajara donde se emiten recomendaciones hechas por Protección Civil del estado.

3.3.3. Planes y programas en materia de educación ambiental

A nivel estatal, la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (SEMADET) gestiona diversos programas para fomentar la educación ambiental. Al respecto, sobresalen programas como "Certificación de escuela verde", "Todos por el Bosque" y "Red de educadores ambientales de Jalisco". A nivel local, las Direcciones de Medio Ambiente y Ecología de los municipios que integran la ZMG, realizan acciones que promueven el cuidado del entorno natural, entre ellos: programas educativos en centros escolares, mantenimiento de áreas verdes, aseo público, etc.

3.4. La certificación ambiental en el sector

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

En México, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) a través del Programa Nacional de Auditoría Ambiental, ofrece un Certificado de Calidad Ambiental Turística orientado a las empresas del sector en operación, que por su ubicación, dimensiones, características y alcances puedan causar efectos o impactos negativos al ambiente o rebasar los límites establecidos en las disposiciones aplicables en materia de protección, prevención y restauración al ambiente. Al respecto, en la ZMG sólo existe un establecimiento con dicha certificación, y se ubica en el municipio de Zapopan.

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

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

4. FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

4.1. Instrucción escolar

El grado promedio de escolaridad de la ZMG es de 8.9 años, de lo que se deduce que la población, en su mayoría, cuenta únicamente con formación a nivel de secundaria. Por su parte, un 24% de los habitantes ha cursado al menos un grado de educación superior, por lo que existe una cierta predominancia también de recurso humano sin estudios universitarios.

En cualquier caso, sigue habiendo contrastes y diferencias notables en el área educativa en la ZMG. Diversos indicadores ponen de manifiesto que sigue existiendo la necesidad de trabajar de forma más contundente para mejorar las desigualdades que prevalecen en la urbe. A pesar de que los primeros años de formación académica son esenciales, un alarmante 41.8% de la población de entre 3 a 5 años no asiste a la escuela. En el rango de 6 a 11 años, ese porcentaje es del 3.2%, y un 8.5% en el estrato de niños entre 12 y 14 años.

El analfabetismo sigue estando presente en la ZMG. De hecho, un 2.2% de la población entre 8 y 14 años no sabe leer ni escribir, lo que explica por qué un 2.6% de la población mayor de 15 años es analfabeta. Esto sin duda propone un reto importante para ZMG, debiéndose subsanar estas deficiencias para poder ser más competitivos y así brindar mejores servicios a la población y sus visitantes (INEGI, 2010).

4.2. El recurso humano calificado para atender al sector

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

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

El promedio en la calificación que hacen los empleadores en las competencias genéricas sistemáticas es de 3,29, lo cual, quiere decir que las instituciones

educativas involucradas en la formación profesional de los recursos humanos calificados para atender el turismo están logrando solo “lo necesario” en cuanto a la adquisición de competencias consideradas fundamentales para que las empresas del sector sean competitivas en el mercado. Aunque el estudio está segmentado por zonas y por lo tanto no se cuenta con los datos específicos de la ZMG, se estima que las condiciones en los lugares antes citados no son muy diferentes del panorama nacional.

De manera específica, para el 2012 el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, expidió 221 títulos para egresados de la Licenciatura en Turismo. Además, se otorgó un título de Técnico Superior Universitario en Gestión Hotelera (Universidad de Guadalajara, 2012).

4.3. La capacitación y la certificación turística

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

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

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

En el estado de Jalisco se contabiliza un total de 250 distintivos H, de los cuales el 39% se localizan en la ZMG, es decir, 98 establecimientos cuentan con dicho distintivo. Por otro lado, existen 36 empresas certificadas con el Distintivo M, que representan el 14% del total estatal (SECTUR, 2013).

De acuerdo con la Secretaría de Turismo de Jalisco, en la ZMG existen 88 guías certificados que ofrecen servicio de orientación turística. Cabe resaltar que estos

guías otorgan servicios en diversos idiomas y se especializan en temáticas culturales, ambientales y regionales (SECTURJAL, 2013).

4.4. Grado de satisfacción del turista

El Índice Global de Satisfacción General del turista que visita la ZMG equivale a 8.2 puntos, es decir una experiencia de viaje satisfactoria. De acuerdo con CESTUR, en 2010 las calificaciones poco satisfactorias del destino se obtuvieron en las variables de limpieza en calles y áreas públicas, y en el servicio recibido por los elementos de seguridad. Por otro lado, la diversidad de atractivos y la hospitalidad de los residentes fueron los factores mejor evaluados por los visitantes que arribaron al destino.

5. ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

5.1. Conectividad aérea

El Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo de Guadalajara ocupa el tercer lugar nacional por número de pasajeros. Cifras recientes muestran que un total de 7.4 millones de pasajeros pasaron por sus instalaciones de septiembre de 2011 a septiembre 2012. Además, Guadalajara se situó el segundo lugar en movimientos aéreos, en cuanto a aterrizajes y despegues, para el mismo periodo, con un total de 127 mil 643 movimientos (véase tabla 5.1.).

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

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

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

En cuanto a número de plazas aéreas ofertadas semanalmente, Guadalajara ocupa la tercera posición a nivel nacional, con 65 mil 964 asientos para mercado doméstico y 32 mil 500 para el mercado internacional. A pesar de que el aeropuerto de la ciudad de Guadalajara tienen una importante oferta de plazas semanales, experimentó un descenso medio anual del 1.4% durante el periodo 2007 a 2011. Estas cifras mejoraron entre 2010 y 2011, cuando se presentó un importante crecimiento del 28.4%, probablemente influenciado por la organización y celebración en la capital del estado de los Juegos Panamericanos (FONATUR, 2013).

5.1.1. Transporte aeropuerto-ZMG

Existe el servicio de *Shuttle Xpress*, se trata de un vehículo para 20 personas aproximadamente que parte de la Glorieta de la Minerva, de la ciudad de Guadalajara. El costo es de 70 pesos y llega a la terminal terrestre del Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo. El horario de servicio es de lunes a viernes, lo cual es una limitante.

Así también, se cuenta con dos rutas de autobuses que salen de la antigua Central de Autobuses, la cual está cerca del Centro Histórico de la ciudad de Guadalajara, el costo es de seis pesos y la frecuencia de salidas es cada 15

minutos, con horario de las 6:00 a 22:00 horas. Los autobuses llegan a los andenes de dicha Terminal Terrestre. El autobús de pasajeros es un transporte ordinario, no es un servicio especializado para turistas nacionales y extranjeros, es decir, carece de difusión y no tiene espacios exclusivos para equipaje de gran dimensión (más de 15 kgs.); por lo regular, los empleados del aeropuerto son quienes utilizan este transporte; en la terminal terrestre hay un cartel con información sobre las rutas, los horarios y los costos. Las empresas que ofrecen este servicio son Autotransportes Chapala–Guadalajara y ATASA.

Un problema que presenta la terminal aérea es la tarifa excesiva que cobran los taxis. Por ejemplo, del aeropuerto a la zona de Expo Guadalajara es de 300 pesos mínimo, es decir, el equivalente a un boleto de autobús de Guadalajara a Barra de Navidad (Costa Sur de Jalisco), y el costo es similar del centro de la ciudad al aeropuerto.

5.2. Conectividad carretera

Las principales vías de comunicación a Guadalajara son: la carretera federal 80, con entronque a la carretera México 54; la carretera federal 23, trayecto Zacatecas a Guadalajara; la carretera federal 15, trayecto Tepic a Guadalajara; la carretera federal 70, trayecto Ameca a Guadalajara; la carretera federal 80, trayecto Barra de Navidad a Guadalajara; la carretera federal 110, trayecto Colima a Guadalajara; la carretera federal 180, trayecto San Luis Potosí a Guadalajara, y la carretera federal 190, trayecto Irapuato a Guadalajara.

En 2011 el mayor aforo vehicular en el estado se presentó en el ramal a Ameca, con un Tránsito Diario Promedio Anual (TDPA) de 325 mil 804 vehículos, de los cuales: el 84.6% correspondieron a vehículos privados, el 2.8% a transporte de autobús, y el 12.6% restante a transporte de carga. Otras carreteras con importante aforo vehicular en el estado de Jalisco son la carretera Guadalajara-Tepic y Guadalajara-Jocotepec.

5.2.1. Oferta de transporte foráneo

La ZMG cuenta con cuatro centrales de autobuses: 1) la conocida como la Vieja Central de Autobuses, ubicada en el municipio de Guadalajara; 2) la Nueva Central de Autobuses de Guadalajara, localizada en Tlaquepaque (la más importante en cuanto al número de pasajeros y calidad en el servicio); 3) la Terminal Nuevo Milenio, en el municipio de Zapopan; y 4) la Terminal Tlaquepaque (en el municipio del mismo nombre). En conjunto cuentan con un total de 34 empresas transportistas de pasajeros, que ofrecen 575 rutas a destinos nacionales. La flota total de autobuses tiene una capacidad para transportar a 71

mil 892 pasajeros y para ofrecer hasta 6 mil viajes (FONATUR, 2013) (véase Tabla 5.2.).

TABLA 5.2. Afluencia de viajes y pasajeros en la ZMG

Terminal	Número de rutas	Número de viajes diarios	Viajes diarios %	Pasajeros diarios	Pasajeros diarios %
Nueva Central	450	5,057	84	27,483	38
Vieja Central	105	855	14	38,024	53
Central Nuevo Milenio	20	131	2	6,385	9
Terminal Tlaquepaque	ND	ND	ND	ND	ND
TOTAL	**575**	**6,042**	**100**	**71,892**	**100**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FONATUR (2013: 443).

La Nueva Central de Autobuses ofrece el mayor número de viajes diarios con cinco mil, pero es la Vieja Central de Autobuses la que transporta al mayor número de pasajeros por día, esto se puede explicar debido a la movilidad de las personas que tienen su fuente de trabajo o estudio en Guadalajara, pero que viven en localidades a las afueras de la ciudad. El número de viajes diarios que realizan las cuatro centrales en conjunto es de seis mil 42 viajes, lo que significa que manejan un volumen de pasajeros por día de 71 mil 892 personas, las cuales se distribuyen en distintas empresas prestadoras del servicio.

Algunas empresas transportistas ofrecen servicios especializados a los pasajeros en autobuses de lujo, ejecutivo y primera clase. Pero son las rutas regulares, y no las de lujo, las que tienen el porcentaje más alto de movimientos. La Central Nuevo Milenio ó Terminal Zapopan ofrece el 55% de sus rutas en clase regular, seguido por clase primera con un 35%, y la clase ejecutiva con un 10%. La Vieja Central de Autobuses ofrece en clase regular el 42% de sus rutas, le sigue clase primera con el 40%, clase de lujo con el 10%, y clase ejecutiva y económica con 4% cada una. La Nueva Central de Autobuses ofrece el 50% de sus rutas en clase regular, 37% en primera, 7% de lujo, 4% en económica, y 2% en ejecutivo.

TABLA 5.3. Movimiento de autobuses y pasajeros en ZMG, 2011.

	Movimientos de Autobuses	Movimientos de Pasajeros
Llegadas	593,867	4,478,529
Salidas	445,163	6,849,627
TOTAL	**1’039,030**	**11,328,156**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de (FONATUR, 2013: 449).

Según datos del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el número de movimientos de autobuses foráneos de transporte de pasajeros para el año

2011, fue de más de un millón de movimientos, que transportaron a más de 11 millones de pasajeros (Véase Tabla 5.3.).

5.3. Los trenes turísticos

Guadalajara sólo cuenta con dos trenes turísticos de corta distancia. Uno de ellos es el Tequila Express que cubre la ruta Guadalajara-Amatitán. Este tren inició sus operaciones en 1997, y es operado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara (CANACO). El objetivo del servicio de Tequila Express es rescatar y revivir el tren de pasajeros, ser pioneros en una nueva forma de hacer turismo, y conservar los tres pilares de identidad nacional: mariachi, tequila y charrería (FONATUR, 2013).

El otro tren turístico es el José Cuervo Express que cubre la ruta Guadalajara-Tequila con recorridos de fin de semana y nocturnos. También cuenta con vagón de pasajeros de lujo; el recorrido permite que los pasajeros puedan conocer el *Paisaje Agavero* (FONATUR, 2013), declarado Patrimonio de la Humanidad en el año 2006 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés).

5.4. Transporte y movilidad urbana

En relación al parque vehicular, Guadalajara tiene registrado 1 millón 500 mil automóviles de transporte individual motorizado (automóvil, motocicleta y taxi), de los cuales el 95% son automóviles. Al mismo tiempo, se cuentan alrededor de 4 mil 700 vehículos de transporte colectivo. De acuerdo al Banco de Desarrollo de América Latina (2011), los costos de utilización de transporte individual motorizado en ZMG ascienden a 2 mil millones de dólares anuales (el 89% en automóviles).

El costo de utilizar el transporte colectivo asciende a 552 mil millones de dólares anuales (el 29% del costo en transporte individual). El costo unitario promedio de un viaje en automóvil por día asciende a poco más de dos dólares, mientras que en medios de transporte colectivo es de aproximadamente 60 centavos de dólar (aproximadamente el 25% del costo en automóvil). En lo que respecta a los accidentes viales, la ZMG presenta una tasa alta de 15 víctimas fatales por cada 100 mil habitantes. Los peatones conforman el grupo con mayor porcentaje de víctimas (el 52% del total) (*Ibíd*.).

El transporte colectivo realiza el 31% de los viajes diarios del área. El uso del transporte individual (automóvil, motocicleta, taxi y bicicleta) corresponde al 32% de los viajes, y el 37% de los desplazamientos se realizan a pie. El transporte colectivo se constituye por diferentes tipos de vehículos (trenes, metro, tranvía y autobuses). El tiempo promedio de viaje en el área es de 32 minutos para

automóvil y taxi. Al observar el tiempo promedio de viaje en transporte colectivo, éste es de 48 minutos para los autobuses y de 35 minutos para el tren (*Ibíd*.)

En el 2007, 17 empresas de transporte público prestaron servicio con más de 4 mil 500 vehículos convencionales y 450 unidades con servicio para discapacitados; estas unidades cubrieron las necesidades del 36.3% de los pasajeros transportados en la ZMG. Además prestaron servicio dos líneas de tren eléctrico urbano, conformado por 24 kilómetros de longitud y 29 estaciones. Estas líneas cubrieron el 7.5% de la demanda de pasajeros de esta zona (*Ibídem*)

En relación a los principales indicadores del transporte colectivo, según esta misma fuente, se cuenta con cerca de 15 mil trabajadores en los servicios de este tipo de transporte. Los vehículos en neumáticos ofrecen 322 mil puestos (el 93% del total) y los de rieles 24 mil puestos de trabajo. El Índice de Pasajeros por Kilómetro cuadrado (IPK) se ubica cerca del promedio de varias ciudades de América Latina, con un valor de 2.3 pasajeros por kilómetro en medios neumáticos y 6.0 pasajeros en rieles.

La tarifa mínima promedio es de 0.46 dólares americanos para autobuses y trenes; esta tarifa promedio está por debajo de las tarifas de muchas ciudades importantes de América Latina.

En lo que respecta a la infraestructura vial de la ZMG, se observa que no existe prioridad de uso para modos colectivos de transporte. La prioridad para los peatones alcanza apenas el 0.02% del total de sus vías (véase Tabla 5.4.).

TABLA 5.4. Resumen de los indicadores de estructura vial

Indicador	Valor
Kms. de vía	11.045
Intersecciones con semáforos	1,300
Vías con prioridad para peatones	25 kms.
Vías con prioridad para ciclistas	n/d
Vías con prioridad para transporte público	n/d

Los datos son con respecto a la longitud de las vías utilizadas por los autobuses
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Desarrollo para América Latina (2011: 199).

5.4.1. Calidad en el transporte local.

De acuerdo con el Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos (2012), la percepción sobre la calidad del transporte público en la ZMG para el 2012 presentó condiciones similares con respecto al año anterior. El 30% de la población encuestada opina que el transporte público empeoró, el 34% opina que sigue igual, y el resto mencionó que había mejorado. En cuanto a los modos de transportación, el camión siguió siendo el medio de transporte más utilizado, aunque el porcentaje de quienes responden así fue en descenso de 2011 a 2012, cuestión que puede estar relacionada con la mala calidad del transporte público local.

5.4.2. Imagen urbana

En la ZMG los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque e Ixtlahuacán de los Membrillos cuentan con un Reglamento de Imagen Urbana que tiene como objeto regular la fijación, instalación, conservación, ubicación y características, requisitos, colocación y distribución de anuncios en los sitios o lugares a los que tengan acceso el público o que sean visibles desde la vía pública.

Por su parte, los municipios de Zapopan y Tonalá disponen de reglamentos que tienen funciones similares; por ejemplo el Reglamento de Anuncios y el Reglamento de Construcciones y Desarrollo Urbano. Cabe mencionar que los municipios de El Salto y Juanacatlán no disponen de algún reglamento en materia de imagen urbana o afines.

6. SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

6.1. Percepción del nivel de inseguridad

Es importante considerar la percepción que tienen los propios ciudadanos sobre el grado de seguridad y el clima social que vive la ZMG; esto se podría relacionar de alguna manera con la confianza o desconfianza que tiene la población en los distintos niveles de gobierno y, en particular, en las instituciones de seguridad pública y en la administración de justicia.

Según la "Segunda encuesta de percepción ciudadana sobre calidad de vida de 2012", publicada por el observatorio ciudadano *Jalisco cómo vamos,* se afirma que del año 2011 al 2012 la percepción sobre seguridad mejoró en un 5%, ya que de haber obtenido un 54% en 2011, al siguiente año se llegó al 59%. Entre los municipios de la ZMG, Tlajomulco de Zúñiga y Tlaquepaque fueron los que la mejoraron de manera significativa. Los resultados de esta encuesta fueron significativos pero no concluyentes: para los sujetos encuestados de los municipios de Tlaquepaque, Guadalajara y Zapopan la percepción de inseguridad no rebasó el 40%, mientras que en Tonalá, El Salto y Tlajomulco se percibió mayor inseguridad.

El grado de temor o de amenaza que sienten los ciudadanos por los problemas locales de criminalidad es otro aspecto significativo. Esto además reveló en el año 2012, las diferencias existentes entre los habitantes que integran los distintitos municipios de la ZMG. La encuesta ya mencionada muestra que los habitantes de Tlajomulco de Zúñiga son los que se sienten *poco o nada* amenazados, seguidos de Guadalajara y Tlaquepaque. En cuanto a los que se sienten desde *algo*, a *seriamente* amenazados está, en primer lugar, el municipio de Zapopan y, después, le siguen El Salto y Tonalá como se muestra en la Gráfica.

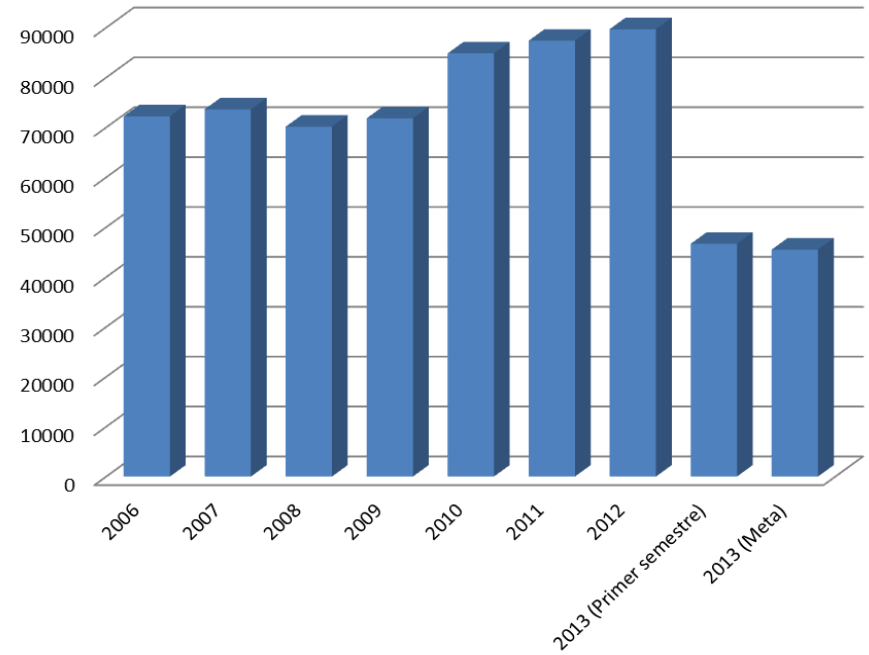
6.2. Incidencia delictiva

6.2.1. Delitos del fuero común

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

La Fiscalía General del Estado de Jalisco fijó como meta para 2013, el que no se rebasaran los 40 mil 500 delitos. Desafortunadamente, esta cifra ha sido superada, tan sólo en el primer semestre de lo que va de año, con 46 mil 653 delitos; es decir, durante los primeros seis meses de este año ya se ha incrementado en un 16.4% el objetivo fijado a nivel anual (véase Gráfica 6.1.).

GRÁFICA 11.1. Delitos del fuero común por año en el estado de Jalisco



Fuente: Elaboración propia con base en la Unidad General de Asesores del Fiscal Central. Fiscalía General del Estado de Jalisco. México. 2013 Nota: Cifras 2013 son preeliminares al 20 de febrero. Cifras 2012 son preliminares al 31 de diciembre

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

Las cifras revelan que por cada 100 habitantes de la ZMG se cometen 1.18 delitos del fuero común, entre los que se incluyen robos, delitos contra la integridad física y otros. Cabe mencionar que al 31 de agosto de 2013 se han presentado 47,377

denuncias del fuero común, siendo Guadalajara el municipio más agravado con el 44.82% del total; le siguen Zapopan y San Pedro Tlaquepaque con el 25.92% y el 12.66% respectivamente (SEPAF, 2013). En lo que respecta a los delitos cometidos contra las instituciones bancarias, en la ZMG se han reportado 88 incidencias, donde nuevamente Guadalajara resulta ser el municipio más afectado con poco más del 59% del total (*Ibíd*.).

Por otro lado, de acuerdo con datos publicados en el Anuario Estadístico de Jalisco (2012), en el 2011 se sentenciaron 591 delitos con arma en la zona metropolitana. En este rubro, Guadalajara sigue encabezando la lista con aproximadamente 45% del total de delitos, le siguen Zapopan y San Pedro Tlaquepaque con el 26.9% y 15.23% respectivamente. Por su parte, los municipios de El Salto, Juanacatlán, Ixtlahuacán de los Membrillos, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá conformaron el 12.52% de las incidencias registradas en este rubro.

6.2.2. Homicidios dolosos

En el caso de la muerte por homicidio, en la ZMG se han registrado un total de 616 homicidios dolosos durante el primer trimestre del 2013. El 34% de los homicidios se han cometido en el municipio de Guadalajara, seguido de Zapopan con el 29%; San Pedro Tlaquepaque con el 13% y Tlajomulco de Zúñiga con el 9%. Por su parte, las localidades de Tonalá, El Salto e Ixtlahuacán de los Membrillos tienen una baja participación con apenas 15% del total de estos delitos (SEPAF, 2013).

Lo más revelador de estas cifras es que la tendencia de 2013 va en aumento, respecto a las cifras de homicidios dolosos totales de 2012. En Zapopan, el número de homicidios en lo que va de 2013, prácticamente ya ha duplicado las cifras de 2012, al igual que El Salto, que en este mismo período ya superó las cifras del año anterior (*Ibíd*.).

6.2.3. Salud e integridad física

En lo referente a los delitos contra la salud, el número de sentenciados por asuntos relacionados con narcóticos ha ido en aumento. Para el 2011, en la ZMG se han sentenciado 1,626 incidencias en este rubro. Cabe mencionar que Guadalajara y Zapopan registran poco más del 75% del total de sentencias realizadas en la zona.

Por otro lado, de acuerdo con el último Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, en la ZMG se contabilizan un total de 257 unidades médicas (clínicas, hospitales, sanatorios, etc.) de las cuales, 92 se localizan en el municipio de Guadalajara; 66 en Zapopan; 31 en San Pedro Tlaquepaque, 22 unidades en

Tlajomulco de Zúñiga e igual número en Tonalá; 12 en El Salto, 10 en Ixtlahuacán de los Membrillos y finalmente, apenas 2 unidades en Juanacatlán (INEGI, 2010).

6.3. Elementos de Seguridad Pública

La seguridad pública es un elemento clave para la competitividad de los países en todos los sectores económicos, y el turismo no escapa a los alcances de esta asignatura. Si bien es cierto que en la ZMG los altos niveles de violencia aún no repercuten gravemente a la actividad turística, los delitos del fuero común sí que afectan a la población local y a los turistas. De ahí que las estrategias de seguridad de los gobiernos locales deberán estar encaminadas a mitigar los delitos de robo a negocios, asaltos y tantos otros que afectan la imagen de la ciudad.

En este contexto, la participación eficiente de los elementos encargados de brindar la seguridad pública para los habitantes y turistas que visitan la ZMG, resulta de vital importancia para contrarrestar los altos índices delictivos. De acuerdo con INEGI (2010), la ZMG registra 6 mil 571 elementos de seguridad de nivel operativo, es decir, aquellos que realizan actividades directas tales como vigilancia, poner a disposición de las autoridades competentes a los aprehendidos por la comisión de delitos o faltas administrativas, así como auxiliar a las autoridades del ministerio público, judiciales o administrativas. Cabe mencionar que la relación de policías con respecto a la población total equivale a un elemento por cada 675 habitantes.

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

7.1. La promoción turística en el contexto estatal

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

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

7.2. La promoción turística del destino

En la zona metropolitana, la promoción turística está a cargo del Fideicomiso de Turismo de la ZMG que, al igual que ocurre en otros destinos, recibe recursos del impuesto al hospedaje. El brazo ejecutor de este fideicomiso es la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, considerado el primer organismo de su tipo que se creó en Latinoamérica hace 44 años.

En el ámbito de los gobiernos locales, se puede afirmar que la promoción de turismo a nivel municipal es débil. La mayoría de los municipios que integran la ZMG tan sólo cuentan con los recursos para realizar la promoción convencional, es decir, como la edición de folletos, guías y carteles, instrumentos de escaso alcance en la actualidad. Se evidencia también a este nivel una desatención en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) para potenciar la actividad turística en el escenario local (véase tabla 7.1.).

TABLA 7.1. Uso de páginas web y redes sociales en la promoción turística local en la ZMG

Municipio	Sitio oficial de promoción turística	Redes sociales
El Salto	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en www.jalisco.gob.mx	Ninguna de manera oficial
Guadalajara	www.viveguadalajara.com.mx gestionada por la Dirección de Turismo Municipal. Posee un inventario de atractivos y actividades, así como una guía de servicios turísticos. Se presenta información relativa a toda la ZMG.	No hay un enlace oficial en la página.
Juanacatlán	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en www.jalisco.gob.mx La promoción se hace a través de la página oficial de www.visita.jalisco.gob.mx Este último, ofrece una descripción más detallada del municipio, incluyendo actividades, gastronomía, artesanía y atractivos naturales.	Ninguna de manera oficial
Ixtlahuacán de los Membrillos	No existe página oficial de promoción y fomento al turismo. Un deficiente inventario de centros turísticos se presenta en www.jalisco.gob.mx	Ninguna de manera oficial
San Pedro Tlaquepaque	http://www.tlaquepaque.gob.mx/turismo/ gestionada por la Dirección de Turismo Municipal. Es un sitio virtual de mayor calidad en diseño y contenido. Ofrece alternativas de hospedaje y actividades viables que pueden realizarse en el municipio. Ofrece un inventario de fiestas y tradiciones así como un calendario de eventos próximos. De igual forma, ofrece una breve descripción del municipio.	https://www.facebook.com /turismotlaquepaque. En este perfil, se realiza la promoción de eventos culturales que se efectúan en el municipio. https://twitter.com/visitlaquepaque.
Tlajomulco de Zúñiga	No existe una página específica de turismo, sin embargo, la promoción se realiza a través de http://www.tlajomulco.gob.mx. En un apartado del sitio, se ofrece una pequeña reseña histórica así como datos generales del municipio. Además, se ofrece un mapa turístico y un inventario de atractivos viables para la visita. Entre otras cosas, también se ofrecen recorridos turísticos.	La promoción de eventos culturales se hace a través del perfil oficial del Ayuntamiento https://www.facebook.com /GobiernodeTlajomulco. No existe un perfil oficial
Tonalá	La promoción se hace a través de la página oficial de www.visita.jalisco.gob.mx Este último, ofrece una descripción más detallada del municipio, incluyendo actividades, gastronomía, artesanía y atractivos naturales.	Ninguna de manera oficial

Zapopan	No existe una página específica de turismo, sin embargo, la promoción e realiza a través del sitio oficial del Ayuntamiento www.zapopan.gob.mx En un apartado, se ofrece un inventario de lugares a visitar, así como de fiestas y tradiciones típicas del municipio. No incluye opciones de alojamiento ni eventos próximos a realizarse.	Ninguno de manera oficial

Fuente: Elaboración propia

7.2.1. Diversificación y segmentos de mercado

Según datos oficiales, la ZMG es la región más visitada de Jalisco, al recibir casi el 50 % del turismo que arriba al estado. Para el 2011, del total de turistas que visitaron la zona metropolitana, el 54.3% eran hombres y el 45.7% mujeres; 28% estaban entre los 26 y 35 años de edad y el 27.47% entre los 16 y 25 años (SECTURJAL, 2011).

Además, en lo que respecta a la forma de viaje, el 49.54% lo hace en familia, el 20.82% solos y el 20.6% en compañía de amistades. En cuanto a la ocupación y perfil del visitante, el 20.37% eran profesionistas, 14.9% estudiantes, 14.8% empresarios y el 11.9% comerciantes. Por otro lado, el 31.9% de los visitantes señalaron el descanso o placer como principal motivación de viaje; le siguen la visita a familiares y/o amigos con el 19%; las actividades deportivas con el 16.36% y los negocios y compras con el 15.2% (*Ibíd.*).

Respecto a la diversificación geográfica del mercado, en el 2012 la ZMG recibió un total de 9.26 millones de visitantes nacionales; destaca el Distrito Federal con el 20.31% del total, el propio Estado de Jalisco con 16.97%, el Estado de México con el 11.29%; y finalmente Sinaloa y Michoacán con el 4.10% y 4.00% respectivamente (*Ibíd*., 2012).

Por su parte, el mercado internacional registró 1.68 millones de visitantes para este mismo año, de los cuales el 59.80% son procedentes de los Estados Unidos, el 11.43% del Continente Europeo (incremento del 2.44% con respecto a 2011), el 10.70% de Sudamérica; el 6.47% de Canadá que también presenta incremento de 1.99% respecto al año anterior, y el 4.45% del continente asiático (*Ibíd*.).

7.2.2. La participación de los *Destination Management Companies* (DMC's) y operadores mayoristas

De acuerdo con un Estudio Estratégico de CESTUR, se determinó que en Guadalajara se concentra el 8% del total de oficinas de DMC's. De manera general, las DMC's que laboran en la ZMG proporcionan servicios profesionales para la organización de Ferias, Expos, Grupos de Incentivos, Congresos y Convenciones. Además, en la ZMG existen 23 operadoras mayoristas que

organizan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios de viaje que se venden en conjunto con las agencias minoristas.

7.3. Fidelidad del visitante

En una encuesta aplicada por la Secretaría de Turismo federal (SECTUR) y el Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), se les cuestionó a los turistas de la ZMG y Puerto Vallarta sobre sí volverían a visitar estos destinos. Los resultados arrojaron que tres de cada cuatro entrevistados afirmaron que sí volverían y que en definitiva, si recomendarían visitar estos lugares (SECTUR, 2010; CESTUR, 2010b).

En lo referente a la ZMG, el 95% de los entrevistados evaluaron como excelente y buena la experiencia en el destino; al mismo tiempo comentaron que los atributos por los que dan esta valoración son: la diversidad de atractivos turísticos y la diversidad de actividades recreativas. Aunque también se enfatizaron en algunas áreas de oportunidad, a saber:

- Destino: mantenimiento de los recursos culturales y servicios de los guías de turistas.
- Establecimientos de hospedaje: variedad de la oferta.
- Establecimientos de alimentos y bebidas: información sobre los establecimientos
- Aeropuerto: información recibida y señalización de vuelos.
- Terminal de autobuses: información recibida y entrega de equipaje.
- Carretera: auxilio vial y relación precio de las casetas vs calidad de las carreteras.
- Transporte público local: limpieza y amabilidad del personal.

Además, de acuerdo con el Anuario Estadístico de Turismo (2011), el 26.10% de los turistas nacionales que arribaron a la ZMG han visitado el destino de 2 a 3 veces; el 17.05% de 4 a 5 veces y el 18.73% 6 veces o más. En lo que refiere al turismo extranjero, el 11% ha visitado el destino de 2 a 3 veces, el 8% de 4 a 5 veces y sólo el 2% 6 veces o más.

8. GESTIÓN DEL DESTINO

8.1. Marco legal en materia turística

8.1.1. Normatividad estatal

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

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

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

8.1.2. Normatividad del destino a nivel local

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

De acuerdo a un análisis previo, se observa que las administraciones municipales de Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan cuentan con un Reglamento de Turismo particular que tiene como objeto, entre otras cosas, la

generación de proyectos y programas para la conservación, mejoramiento, protección, promoción, progreso y aprovechamiento de los recursos y activos turísticos.

Por su parte, Guadalajara no posee un lineamiento específico que regularice la actividad turística municipal; sin embargo, formula estatutos relacionados con la cultura, las artes, el patrimonio edificado, la ecología, entre otros, que inciden en el turismo que se desarrolla a nivel local. Cabe resaltar que los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no emiten reglamentos vinculados al turismo, debido a su incipiente o nula participación en esta actividad económica.

8.1.3. Planeación estratégica del destino

Una de las funciones principales de las dependencias de turismo local, es alinear sus planes de desarrollo en base a las políticas dictadas desde el ámbito federal, específicamente a la Política Nacional Turística. En 2013, ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo; sin embargo, los ejes de actuación en materia turística se incluyen en los Planes de Desarrollo Municipales, sobre todo en las estrategias de promoción y fomento económico. San Pedro Tlaquepaque, a través del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 contempla en el eje 4. Economía, turismo y competitividad, el impulso al desarrollo turístico a través de la promoción y la administración de dicha actividad (H. Ayuntamiento de San Pedro Tlaquepaque, 2013).

Por otro lado, mediante el Plan Municipal de Desarrollo Visión 2030 y el Plan de Gestión Institucional 2012-2015, Guadalajara promueve la reactivación económica e innovación productiva mediante la inversión en sectores estratégicos, entre ellos el turismo (H. Ayuntamiento de Guadalajara, 2013). Cabe resaltar que los planes de desarrollo de Guadalajara no emiten una línea de acción específica ni diagnostican la situación actual del turismo en el municipio.

En el caso de El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos, Juanacatlán, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá, los planes de desarrollo municipal del periodo 2012-2015, aún no son presentados o no se encuentran disponibles para la consulta pública. En caso contrario, Zapopan posee un Plan de Desarrollo Municipal bien estructurado y con líneas de acción ejecutables a corto, mediano y largo plazo; sin embargo, este municipio no contempla al turismo dentro de sus ejes, a pesar de ser una actividad económica importante para el desarrollo local.

8.2. Identificación de agentes para la gestión del destino

8.2.1. Coordinación institucional

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

Para el año 2013, a través del subsidio denominado Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística, se invertirá una suma total de 86 millones de pesos, aportados en partes iguales por el Gobierno Federal y el Gobierno del Estado de Jalisco que servirá para ejecutar diversas acciones de mejora urbana, equipamiento, capacitación, diagnósticos de competitividad y sustentabilidad en los municipios que conforman la ZMG, además de los Pueblos Mágicos, Chapala, Cihuatlán y Puerto Vallarta. A través de este financiamiento, la ZMG se verá beneficiada con más de 40 millones de pesos destinados a la señalización turística (SECTURJAL, 2013).

8.2.2. Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil

La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara (CANACO), es una de las asociaciones más importantes de impulso y fomento al turismo en la ciudad. Agrupa y organiza el gremio empresarial que se concentra en la ZMG mediante estatutos de acción, cuyo objetivo es promover a sus afiliados a través de eventos nacionales e internacionales. Este organismo empresarial de la ZMG ha sido protagonista en el impulso de grandes eventos y proyectos que han consolidado a la ciudad de Guadalajara como un destino internacional. Uno de ellos es el “Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería”, uno de los eventos culturales más importantes a nivel nacional. De acuerdo a la información del organismo, para el 2013 este magno evento tendrá un costo aproximado de 80 millones de pesos, de los cuales 11 millones provienen de la aportación de diferentes municipios y del gobierno estatal, y el resto son patrocinios de la iniciativa privada (Ayuntamiento de Zapopan, 2013).

Además, la CANACO también organiza otros eventos de impulso a la actividad turística, como por ejemplo *Expo Proveedores*, una iniciativa de vinculación entre el gobierno y la iniciativa privada mediante la cual se brinda la oportunidad a las PyMES mexicanas, formalmente establecidas, de formar parte de la cartera de proveedores del gobierno.

Otros eventos esporádicos son los que organiza la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados de Jalisco (CANIRAC), encaminados en su mayoría a la potenciación de la cultura gastronómica local.

En la ZMG existen importantes agrupaciones sociales que pretenden reactivar la actividad turística que se ha estancado en los últimos años. Personajes y agrupaciones de la sociedad civil se han organizado para promover una cultura de concienciación acerca de los recursos culturales y naturales que hay dentro y a las afueras de la ciudad.

El observatorio ciudadano *Jalisco Cómo Vamos* es una iniciativa capaz de monitorear indicadores de calidad de vida que conlleven a la creación o mejora de las políticas públicas y que, a su vez, eleven el desarrollo de la ZMG y del estado en general. Este proyecto nace en 2010 a partir de la inquietud de empresarios, académicos y periodistas jaliscienses con el objetivo principal de crear un organismo dotado de autonomía propia que vigile las acciones gubernamentales y el comportamiento social. Esta iniciativa promueve indirectamente la mejora de la imagen urbana, circunstancia que indudablemente podría aumentar la afluencia de visitantes a la ciudad.

Por otro lado, el proyecto *Guadalajara 2020* nace de una asociación apartidista, formada por un grupo de ciudadanos, académicos y empresarios que genera conciencia cívica, proyectos público-privados y une las voluntades de todos los actores de la sociedad tapatía, para la construcción de un entorno metropolitano más armónico, sostenible, ordenado y disfrutable. Entre sus compromisos figuran el apoyo a la gobernanza, la corresponsabilidad asumida, la cooperación mutua en busca de una ciudad equitativa, y la gestión y el conocimiento técnico de calidad para encontrar soluciones óptimas a los problemas actuales que afronta la ciudad.

Además de los ya mencionados, existen numerosas agrupaciones que promueven la recreación y el esparcimiento en áreas naturales bajo el principio de desarrollo turístico sustentable. Algunos de estos grupos o colectivos son: *Pueblitos de México, México Eco-Alternativo, Jalisco al Natural, Grupo Ecologista El Colli, De Mochilazo, Vive Zapopan, Eco-tours Zapopan, Amigos de la Barranca*, entre otros. Estos promotores turísticos llenan, con recursos limitados, el vacío de la gestión y promoción turística de los recursos locales.

8.2.3. Coordinación multisectorial

En la gestión turística de la ZMG interviene el sector público en sus tres niveles de gobierno así como la iniciativa privada; sin embargo, la sociedad civil se encuentra rezagada y tiene escasa participación en dicha gestión. En este sentido, el

Fideicomiso de Turismo de la ZMG es una de las organizaciones gestoras más importantes del destino. Está integrado por representantes de las Secretarías de Turismo estatal y federal, la Secretaría de Finanzas del estado y los gobiernos municipales de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan. Por su parte, la iniciativa privada participa a través de la Asociación de Hoteles y Moteles de Jalisco, la Asociación de Inversionistas y Empresas Turísticas y la CANACO.

Otra de las alianzas más significativas para el desarrollo de la actividad turística en la ZMG es el Fideicomiso Expo Guadalajara. Bajo esta figura legal representantes de la Cámara de la Industria de Calzado del Estado de Jalisco, la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara, la Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del Estado de Jalisco y la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, así como el gobierno de la entidad y los gobiernos municipales de Guadalajara y Zapopan, reinvierten utilidades y otorgan presupuestos a favor de este importante recinto ferial y motor económico de la ciudad.

Expo Guadalajara es uno de los recintos feriales más importantes del país y anualmente recibe eventos de talla nacional e internacional, entre ellos: La Feria Internacional del Libro de Guadalajara, La Expo Nacional Ferretera y la Expo Mueble Internacional, además de fungir como centro de operaciones y prensa de los XVI Juegos Panamericanos Guadalajara 2011.

9. TIC'S E INFORMACIÓN AL TURISTA

9.1. Las TIC's en el contexto local

La ZMG se ha transformado en los últimos años y está multiplicando espacios para la comunicación con el propósito de crear una sociedad en crecimiento. En cuestión de infraestructura tecnológica y uso de las TIC's, los datos reflejan que la tecnología con mayor penetración en los hogares de la zona metropolitana, es el teléfono celular con los siguientes porcentajes: 78.4% en el Salto, 82% en Guadalajara, 85.8% en Tlajomulco de Zúñiga, 80.1% en Tlaquepaque, 81.2% en Tonalá y 86% en Zapopan (INEGI, 2010). No obstante, sigue existiendo un atraso en el acceso a Internet por parte de su población.

En la ZMG, sólo el municipio de Guadalajara tiene un programa de acceso libre a Internet en espacios públicos denominado "GDL Libre". El programa cubre un total de 127 puntos en distintas áreas de la ciudad como: el Centro Histórico, el Paseo Chapultepec, plazas públicas, jardines, glorietas, Los Arcos y centros deportivos; algunos de estos son sitios frecuentados por los turistas (véase Mapa 10.1.).

9.2. Las TIC's y la actividad turística

9.2.1. Portal de internet del destino

De manera general, el H. Ayuntamiento de Guadalajara cuenta con un portal de turismo específico *www.viveguadalajara.gob.mx*, que ofrece un inventario de atractivos y actividades, así como una guía de servicios turísticos relativos a la ZMG en su totalidad.

Asimismo, los municipios de Zapopan, Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga realizan la promoción del destino a través de las páginas oficiales de sus administraciones. Cabe resaltar que Juanacatlán, El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos y Tonalá no poseen algún portal o sitio con vocación turística, y su promoción se realiza a través de la página *www.visita.jalisco.gob.mx* perteneciente a la Secretaría de Turismo estatal.

9.2.2. Líneas telefónicas de atención al turista

Los ocho municipios que integran la ZMG cuentan con líneas telefónicas de atención al visitante. En el caso de Guadalajara, Zapopan, Tonalá, San Pedro Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga, las direcciones de turismo municipales se encargan de ofrecer este servicio de orientación turística. Por otro lado, los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos cuentan con líneas telefónicas atendidas por la Casa de la Cultura de cada localidad, debido a

que no cuentan con una dependencia encargada de promover el destino a nivel local.

9.3. Información al visitante

En la ZMG existen un total de 13 módulos de información al turista. Dichos puntos, se localizan en los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tonalá y San Pedro Tlaquepaque. Cabe mencionar que los módulos más concurridos se ubican en el Centro Histórico de Guadalajara, específicamente en Plaza Guadalajara, Plaza Tapatía, Plaza Liberación y la Explanada del Instituto Cultural Cabañas.

En lo que respecta a un Sistema de Información Estadística para la actividad turística, la Secretaria de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) es la encargada de generar este documento anualmente. El Anuario Estadístico de Turismo estatal compila información correspondiente a los principales destinos turísticos de Jalisco y se abordan diversas variables entre ellas: los segmentos de mercado, el gasto promedio por turista, la oferta hotelera, la afluencia de visitantes, la oferta de servicios de transporte, etc.

BIBLIOGRAFÍA

Banco de Desarrollo de América Latina (2011). *Desarrollo urbano y movilidad en América Latina*. Corporación Andina de Fomento. Banco de España. Colombia.

CESTUR – Centro de Estudios Superiores en Turismo (2010). *Perfil y grado de satisfacción del turista. Reporte Guadalajara Octubre–Diciembre.* México. Recuperado de: http://www.cestur.sectur.gob.mx/

CESTUR, Centro de Estudios Superiores en Turismo; CONACYT, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología; y Universidad La Salle, (2012). *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral.* México.

COEPO – Consejo Estatal de Población de Jalisco (2012). *Índice de Desarrollo Municipal 2012.* México.

CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2013). *Inventario del patrimonio cultural inmaterial.* Sitio *Sistema de Información Cultural*. México. Recuperado de: http://sic.conaculta.gob.mx/ index.php?table=frpintangible

FONATUR – Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2013). *Programa de desarrollo de los circuitos turísticos de la Zona Metropolitana de Guadalajara, Estado de Jalisco*. México. Versión Técnica.

Gobierno de México (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Gobierno del Estado de Jalisco (2010). Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2030 (2a. Edición).

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (2012). 50 Aeropuertos más importantes de América. Pasajeros, movimiento y carga 2011-2012. (Boletín). México. Recuperado de: http://aicm.com.mx/acercadelaicm/Estadisticas/index.php?Publicacion=349

H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara (2013). Plan municipal de desarrollo visión 2030 y plan de gestión institucional 2012-2015 para el municipio de Guadalajara. Gaceta municipal. Tomo II. Ejemplar 9.

H. Ayuntamiento Constitucional de San Pedro Tlaquepaque (2013). Plan municipal de desarrollo 2012-2015.

H. Ayuntamiento Constitucional de Tlajomulco de Zuñiga (2012). Plan municipal de desarrollo Tlajomulco de Zuñiga 2012-2015.

H. Ayuntamiento Constitucional de Zapopan (2013). Plan municipal de desarrollo Zapopan 2012-2015.

INE – Instituto Nacional de Ecología (2013) *Sistema de Consulta del Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio.* México. Recuperado de: *http://poegt.inecc.gob.mx/INECC/web/jsp/*

OMS, Organización Mundial de la Salud (2013). Temas de Salud. Recuperado de: http://www.who.int/es/

SEMADET – Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (2013). *Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco*. México.

SEMARNAT – Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2012). Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco.

SEPAF – Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas (2013). *¿Cómo vamos en Jalisco? Monitoreo de Indicadores del Desarrollo para el Bienestar de Jalisco.*

SECTURJAL – Secretaría de Turismo de Jalisco (2011). *Anuario Estadístico 2011.* México*.*

_____ (2012). *Anuario Estadístico 2012.* México*.*

Universidad de Guadalajara (2012). *Estadísticas de títulos*. México. Recuperado de: http://www.escolar.udg.mx/estadisticas

Sitios Web consultados:

http://www.vive.guadalajara.gob.mx.
http://www.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue
http://www.tlaquepaque.gob.mx/turismo/
http://www.portal.guadalajara.gob.mx
http://www.jalisco.gob.mx
http://www.cienciasforenses.jalisco.gob.mx
http://www.changiairport.com/.
http://www.aeropuertosgap.com.mx.
http://www.airport.kr.
http://www.visita.jalisco.gob.m

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Esquemas para fomentar la inversión pública y privada en la Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

Contenido

INTRODUCCIÓN 1
Competitividad en Jalisco 1
I. ESQUEMAS DE FOMENTO A LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA 2
II. INCENTIVOS PÚBLICOS A LA INVERSIÓN 4
III. ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS 4
IV. PROPUESTAS DE MEJORA Y POTENCIALIDADES DE INVERSIÓN 5

INTRODUCCIÓN

Para realizar los planes sectoriales, impulsar proyectos de inversión y promoción turística así como para favorecer e incentivar la inversión privada en actividades relacionadas con el turismo, el gobierno federal cuenta con la Secretaría de Turismo (SECTUR), además de dos entidades paraestatales que se encargan de impulsar proyectos, instrumentar políticas públicas y contribuir al desarrollo y promoción efectiva de los destinos turísticos; éstas son el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos de impacto nacional, así como del fomento a la inversión; y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), empresa pública de participación estatal mayoritaria encargada de la promoción turística nacional e internacional. Además, para coordinar las políticas y programas de los diferentes niveles de gobierno e incorporar las propuestas de los prestadores de servicios turísticos, se creó la Comisión Ejecutiva del Turismo (CET).” (Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados: www.diputados.gob.mx)

A nivel estatal existe una Secretaría de Turismo (SECTURJAL) que se encarga de apoyar las políticas y funciones de la instancia federal, con el propósito de impulsar el desarrollo de este sector y mantener una constante cooperación con los prestadores de servicio, los demandantes de servicios y los gobiernos locales.

De igual forma, a nivel municipal, comúnmente se cuenta con Direcciones de Turismo que tienen como encomienda el impulso de proyectos y la promoción del destino a este nivel, particularmente en lugares que tradicionalmente han sido considerados como importantes destinos turísticos.

Competitividad en Jalisco

Existe cierto consenso en aceptar que la mejor forma de atracción de la inversión está relacionada con la creación de un ambiente competitivo y de calidad de vida de la población. Las sociedades que han alcanzado altos estándares en calidad de vida tienden a ser las más competitivas y por ende, las más atractivas para la realización de negocios e inversiones productivas, generando un círculo virtuoso de crecimiento y bienestar.

En este sentido habría que reconocer que Jalisco no anda muy bien en materia de competitividad, porque a pesar de ser la cuarta economía estatal a escala nacional, en competitividad ocupa el lugar número 13, por debajo del D.F. que ocupa el primer lugar y de estados como Nuevo León, Coahuila o

Aguascalientes, por citar sólo algunos, de acuerdo a la medición que realiza el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO).

Solamente en dos de los 10 factores que utiliza el IMCO para medir la competitividad, estamos en el Top 10. En sistema político estable y funcional (lugar 4) y sectores precursores de clase mundial (lugar 9). En dos ámbitos esenciales para generar confianza y un buen ambiente institucional, estamos seriamente rezagados: en sistema de derecho confiable y objetivo ocupamos el lugar 20 y en gobiernos eficientes y eficaces el lugar 21. En el resto de factores ocupamos posiciones intermedias.

Al respecto, en lo que sigue se identificará la lista de proyectos de inversión o promoción que se requiere impulsar por destino.

I. ESQUEMAS DE FOMENTO A LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

Los municipios cuentan con un conjunto de instrumentos, la mayoría de ellos, de tipo económico y legal, para fomentar la inversión privada en su territorio. Entre otros, podemos citar: modificaciones de uso de suelo, precios de suelo propiedad del municipio, tarifas accesibles de servicios públicos armonizadas con determinados objetivos de inversión y generación de empleos, administración del impuesto predial, gestión de permisos, cobros de licencias, etc. Regularmente los gobiernos municipales ofrecen paquetes de incentivos diferentes en relación a los impactos comprometidos y esperados de determinados tipos de inversión. Lo más común es que dichos incentivos se asocien al número de empleos generados y a los montos de inversión realizados.

Adicionalmente, se premian conductas en las empresas que vayan asociadas a la responsabilidad social y ambiental, con el propósito de reducir al máximo los impactos sociales y ambientales de algunos tipos de inversión.

En el ámbito de la hotelería, el propio FONATUR dispone de importantes extensiones de suelo en destinos con potencial de crecimiento, que ofrece a precios preferentes a inversionistas interesados en el ramo, pero no todo es inversión privada, al sector público le compete crear las mejores condiciones para que este tipo de inversiones tengan expectativas de recuperación de la inversión y de obtención de ganancias en un horizonte de tiempo aceptable. A este objetivo contribuyen no sólo los incentivos fiscales, sino también la dotación de infraestructura y el equipamiento de los territorios en los que se asentarán las nuevas empresas, así como la mejora regulatoria y la creación de un ambiente institucional y social que genere certidumbre en los negocios.

En el ámbito municipal, los gobiernos cuentan con Direcciones de promoción económica y turismo, las que tienen la responsabilidad de diseñar las políticas y estrategias de promoción y la aplicación de incentivos para la inversión

productiva. El municipio de Zapopan constituye un caso muy interesante en el diseño y aplicación de este tipo de estrategias.

En el siguiente cuadro se resumen con algunos indicadores las condiciones que guarda el marco institucional y normativo para el fomento de la inversión privada en general y de la actividad turística en particular.

TABLA 1. Esquemas para promover la inversión turística por municipio en la ZMG

Municipio	DPE	RMT	INC.	FIN.	Nivel	DI
Guadalajara	Si	SI	Si	SI	MA	Si
Zapopan	Si	Si	Si	Si	MA	Si
Tlaquepaque	Si	Si	Si	Si	MA	Si
Tonalá	Si	Si	Si	ND	Alto	No
Tlajomulco	Si	Si	Si	ND	MA	Si
El Salto	Si	No	Si	ND	Medio	No
Juanacatlán	Si	No	Si	ND	Medio	No
Ixtlahuacán de los Membrillos	ND	ND	ND	ND	Medio	No

DPE: Dirección de Promoción Económica,
RMT: Regla**m**ento Municipal de Turismo,
INC: Incentivos a la inversión privada,
FIN: Programa de Financiamiento a la Inversión Productiva,
Nivel. Se refiere al nivel de los esquemas y estructuras de promoción e incentivos al turismo por municipio: MA (Muy Alto), Alto o Medio
DI: Disponibilidad de la Información.

Fuente: Elaboración propia

En particular, existe un marco legal a nivel municipal para fomentar la inversión turística mediante estrategias de planeación, evaluación de proyectos y ofrecimiento de diversos tipos de incentivos. Dicho marco está definido por los Reglamentos Municipales de Turismo (RMT). En ellos se establecen las condiciones bajo las cuáles debe propiciarse la inversión en este sector con diversos tipos de regulaciones, facilidades, establecimiento de prioridades y diversas opciones de apoyos e incentivos.

En dichos reglamentos se da forma legal a los Consejos Consultivos de Turismo (CCT) conformados por representantes de los gobiernos en sus distintos niveles, iniciativa privada, organismos patronales y miembros de la sociedad civil, etc. Son los CCT los encargados de definir las políticas, planes, estrategias y acciones en la materia e incluso de establecer las Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario en el territorio municipal, como ocurre en el municipio de Tlaquepaque.

Las Direcciones de Promoción Económica y sus reglamentos respectivos son también un referente importante para entender las políticas y estrategias de fomento de la inversión. En algunos municipios, como en Tlajomulco de Zúñiga, dichas instancias se convierten en medios para impulsar la competitividad municipal.

II. INCENTIVOS PÚBLICOS A LA INVERSIÓN

En general, todos los municipios cuentan con un marco institucional de fomento de la inversión productiva, pero nuevamente son los municipios más desarrollados y con mayores recursos quienes cuentas con los mecanismos más modernos. Zapopan va a la cabeza en este rubro, seguido de Tlajomulco, Guadalajara y Tlaquepaque. Se puede decir que estos municipios cuentan con un marco institucional *Muy Alto* por la variedad de opciones que ofrecen, la información que promueven y por el tipo de incentivos que establecen

Los incentivos son diversos en tipos y montos dependiendo del giro de que se trate, el número de nuevos empleos que se comprometan a crear y los montos de inversión. Zapopan, Tlaquepaque y Tlajomulco son de los municipios más avanzados en el diseño de incentivos y ello explica, en parte, su éxito en la captación de inversiones productivas. Por ejemplo, en el municipio de Zapopan para la creación de un nuevo negocio en la industria, agroindustria, el comercio o los servicios, si el monto de la inversión es de 15 mil salarios mínimos y se crean tres o más nuevos empleos, el descuento es de 50% en el pago de derechos, licencias e impuestos. Si la empresa es de innovación, industria aeronáutica o sustentable, el descuento puede ser del 100 por ciento en este tipo de pagos.

A este respecto, habría que aclarar que los montos de incentivos y financiamiento a los proyectos de inversión productiva se determinan en los presupuestos y leyes de ingresos municipales y desafortunadamente los municipios de la ZMG y puerto Vallarta están teniendo restricciones severas para destinar recursos con estos propósitos, debido a los altos montos de deuda pública que tienen y que los obliga a pagar altos montos por concepto de servicio de la misma, que, en otras circunstancias podrían haberse destinado a proyectos de inversión productiva.

III. ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS

En la era de la informática y las comunicaciones es fundamental que los municipios den a conocer la mayor información posible para la toma de decisiones de los inversionistas privados sobre los atractivos (de localización, infraestructura, estabilidad social, tamaño de mercado, incentivos, cercanía a mercados importantes, etc.) que tienen los mismos.

En este rubro, son los municipios más grandes los que cuentan con plataformas más completas y de más fácil acceso. Destacan Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque y Puerto Vallarta. El municipio más rezagado en este y otros rubros es Tonalá.

IV. PROPUESTAS DE MEJORA Y POTENCIALIDADES DE INVERSIÓN

El crecimiento urbano desordenado con todas las implicaciones que tiene en términos de paisaje, efectos sobre el patrimonio arquitectónico, movilidad, calidad del transporte y tiempos de recorrido; contaminación del aire, entre otros, se convierte en un fuerte desincentivo para la llegada de inversionistas y para la explotación de la ZMG como atractivo turístico.

Al respeto se requiere mejorar urgentemente la movilidad en la ZMG, introduciendo un sistema de transporte más eficiente y menos contaminante, que además permita reducir los tiempos y costos de los recorridos. Algunos de los proyectos que se pueden favorecer mediante la participación de inversionistas privados y/o inversión pública son, los siguientes:

i. Mejora del transporte público con el objetivo de ganar en tiempos y costos de recorridos, así como en calidad del servicio

ii. Reordenación del Centro Histórico de Guadalajara y rescate de las fincas, monumentos y espacios públicos con valor patrimonial mediante proyectos de inversión productiva pública y privada.

iii. Re-funcionalización de fincas con valor histórico mediante el desarrollo de giros que garanticen su uso y conservación, generen inversión privada y creen empleos.

iv. Impulso de paquetes turísticos que combinen diversos atractivos urbanos y rurales de la ZMG.

v. Reorganización y regulación del comercio informal para liberar espacios públicos y mejorar la imagen urbana de las ciudades en donde se presenta este fenómeno.

vi. Mejorar la seguridad pública de la ZMG, para ofrecer mejores condiciones para el disfrute de sus atractivos mediante la organización de recorridos por las zonas que son atractivo turístico.

vii. Mejorar las condiciones de limpieza de los espacios públicos, calles, plazas y parques.

viii. Impulsar la promoción de la ZMG como destino turístico, aprovechando las ventajas que ofrece al ser un destino con diversidad de opciones de ocio y recreación.

ix. Impulsar modalidades de turismo de negocios al constituirse en un importante polo financiero, de comercio, industrial y de servicios.

x. Fortalecer la oferta y promoción de opciones de turismo religioso que ofrecen algunos municipios de la ZMG, como Zapopan y Tlajomulco.

xi. Impulsar proyectos productivos relacionados con turismo de aventura mediante el rescate de espacios que ofrecen atractivos en este ámbito como el corredor de la Barranca, el Bosque La Primavera y BENSEDI en Zapopan.

xii. Aprovechar la amplia infraestructura y diversidad de servicios de salud para convertir a la ZMG en un *clúste*r de la salud.

xiii. Mejorar las políticas de certificación de calidad y responsabilidad ambiental mediante acuerdos de reconocimiento nacional e internacional.

xiv. Mejorar y diversificar las vías de acceso a la ciudad mejorando las condiciones de las vías carreteras, el aeropuerto y explorando la pertinencia de otras opciones para el transporte de pasajeros como el tren.

xv. Al respecto la construcción del macro libramiento que evite el ingreso de miles de vehículos de carga que tienen que cruzar la ciudad para conectarse a la red carretera, es una necesidad impostergable.

xvi. La mejora de las condiciones ambientales de la ciudad constituye otra necesidad impostergable para mejorar su atractivo como destino turístico y de negocios. La contaminación del aire, la baja tasa de tratamiento de aguas residuales, la baja densidad de masa arbórea por habitante, la contaminación de presas y lagos, la contaminación de suelo y mantos freáticos así como la pérdida de bosques y humedales, constituyen los más graves problemas que deben ser atendidos.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Matriz de compromisos para la

Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
"Corredor Turístico Barranca"	✓ Cambiar el estatus legal de la zona a Área Natural Protegida	○ Ayuntamiento de Guadalajara ○ Ayuntamiento de Tonalá ○ Ayuntamiento de Zapopan ○ Ayuntamiento de Ixtlahuacán del Río	• El Ayuntamiento de Guadalajara decretó esta área como *Zona Sujeta a Conservación Ecológica* • El Ayuntamiento de Zapopan declaró este sitio como Área Municipal de Protección Hidrológica.
	✓ Presentar un proyecto ejecutivo	○ SECTURJAL ○ Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Buscar fuentes de financiamiento e inversionistas	○ SECTURAL ○ FONATUR	*N/D*
	✓ Ejecución del proyecto	○ SECTURJAL	*N/D*
Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara	✓ Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Guadalajara y promover un cambio de uso de suelo (habitacional – turístico).	○ Ayuntamiento de Guadalajara	• Se está fomentando la inversión de proyectos inmobiliarios, con el objeto de repoblar los barrios.
	✓ Cambiar los giros comerciales de los negocios, de venta al menudeo a servicios.	○ Ayuntamiento de Guadalajara ○ Comerciantes de los barrios	*N/D*

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
	✓ Hacer el proyecto ejecutivo, diseño arquitectónico y urbanístico, estudios de factibilidad, etc.	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Analizar las posibles fuentes de financiamiento.	○ SECTURJAL ○ FONATUR	*N/D*
	✓ Financiamiento del proyecto	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Ayuntamiento de Guadalajara / Fondo Metropolitano	*N/D*
Centro Gastronómico y de Culturas Populares "Santa María del Pueblito"	✓ Cambiar los usos de suelo, de comercial a turístico – gastronómico.	○ Ayuntamiento de Zapopan	*N/D*
	✓ Presentar un proyecto ejecutivo y evaluación del proyecto.	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Analizar las fuentes de financiamiento.	○ SECTURJAL ○ FONATUR	*N/D*
	✓ Financiamiento del proyecto.	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ CANIRAC Jalisco ○ Ayuntamiento de Zapopan ○ Inversionistas	*N/D*
Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara	✓ Revisar los planes parciales de desarrollo urbano para el Centro Histórico y en su caso, modificarlos	○ Ayuntamiento de Guadalajara	*N/D*

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
	✓ Presentar proyectos ejecutivos que integren a todo el Centro Histórico y a la denominada "Guadalajara Patrimonial", así como revisar e incluir a los proyectos existentes y aprobados.	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Universidad de Guadalajara ○ FONATUR	• En 2013 se aprobó la Línea 3 del Tren Ligero que pasará de forma subterránea por el Centro Histórico de Guadalajara
	✓ Analizar las fuentes de financiamiento.	○ SECTURJAL ○ FONATUR	*N/D*
	✓ Financiamiento del proyecto.	○ SECTURJAL ○ SECTUR ○ Ayuntamiento de Guadalajara / Fondo Metropolitano ○ Inversionistas ○ SCT ○ Gobierno de Jalisco ○ Propietarios de fincas	• Se destinaron 40 MDP para la colocación de señalética turística (SECTURJAL /SECTUR)
Museo de Ciencia y Tecnología	✓ Recuperar el espacio del Planetario "Severo Díaz Galindo" y desincorporarlo del proyecto "Iconia Hábitat Residencial"	• Ayuntamiento de Guadalajara	*N/D*
	✓ Presentar el proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad	• SECTURJAL • SECTUR • Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL • FONATUR	*N/D*

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
	✓ Financiar el proyecto	• CFE • CONACYT • SECTURJAL • Gobierno de Jalisco	*N/D*
Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá	✓ Revisar y, en su caso, modificar los planes parciales de desarrollo urbano correspondientes al Centro Histórico de Tonalá	• Ayuntamiento de Tonalá	*N/D*
	✓ Elaboración de un proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad	• SECTURJAL • SECTUR • Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL • FONATUR	*N/D*
	✓ Financiar el proyecto	• SECTURJAL • Ayuntamiento de Tonalá • Artesanos y Comerciantes del Centro Histórico de Tonalá	*N/D*
Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan	✓ Revisar y, en su caso, modificar los planes parciales de desarrollo urbano correspondientes al Centro Histórico de Zapopan	• Ayuntamiento de Zapopan	• Se pretende consolidar al Centro Histórico como un distrito cultural dentro la ZMG en un lapso de 25 años

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
	✓ Elaboración de un proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad	• SECTURJAL • SECTUR • Universidad de Guadalajara	*N/D*
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	○ SECTURJAL • FONATUR	*N/D*
	✓ Financiar el proyecto	• SECTURJAL • Ayuntamiento de Zapopan • Habitantes del Centro Histórico de Zapopan	*N/D*
Centro de Visitantes y Eventos Especiales Palacio de Gobierno*	✓ Gestionar el espacio con el gobierno de Jalisco	• SECTURJAL	*N/D*
	✓ Promocionar el espacio para la realización de eventos especiales	• SECTURJAL • OFVC de Guadalajara	*N/D*
Museo del Mariachi, Tequila y Charrería*	✓ Revisar y, en su caso, modificar los planes parciales de desarrollo urbano correspondientes al Centro Histórico de Guadalajara	• Ayuntamiento de Guadalajara	*N/D*
	✓ Elaboración de un proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad	• SECTURJAL	• Proyecto en revisión
	✓ Analizar fuentes de financiamiento	• SECTURJAL	*N/D*
	✓ Financiar el proyecto	• SECTUR • SECTURJAL	• En 2013 se destinaron 55 millones de pesos para la etapa inicial del proyecto.

PROYECTO	ACCIONES	RESPONSABLES	AVANCES
Hotel temático y Plaza Multiuso El Centenario*	✓ Buscar inversionistas	• SECTURJAL	*N/D*
	✓ Facilitar las condiciones para la inversión en este proyecto	• Ayuntamiento de Tlaquepaque	*N/D*
Corredor Gastronómico-Hotelero Lafayette*	✓ Destinar una partida en el presupuesto 2014	• Ayuntamiento de Guadalajara • SECTURJAL	*N/D*
	✓ Firma de convenio de colaboración con los empresarios de la zona.	• SECTURJAL	*N/D*
*** Proyectos presentados en el estudio denominado "Programa de Desarrollo Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara" (FONATUR, 2013)**			

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Inventario y catálogo de atractivos, servicios y productos turísticos de la Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

CONTENIDO

I. ATRACTIVOS TURÍSTICOS 1

FICHA 1: Archivo histórico de la Universidad de Guadalajara, José Guadalupe Zuno 2

FICHA 2: Biblioteca Iberoamericana "Octavio Paz" 5

FICHA 3: Casa ITESO Clavijero 9

FICHA 4: Casa Museo López Portillo 12

FICHA 5: Casa-Taller José Clemente Orozco 15

FICHA 6: Catedral Metropolitana de Guadalajara 19

FICHA 7: Edificio de la Telefónica 23

FICHA 8: Ex Convento del Carmen 27

FICHA 9: Instituto Cultural Cabañas 31

FICHA 10: Glorieta La Minerva 34

FICHA 11: Monumento Los Arcos 37

FICHA 12: Mercado Libertad 40

FICHA 13: Palacio de Gobierno 43

FICHA 14: Palacio de las Vacas 46

FICHA 15: Palacio Legislativo 50

FICHA 16: Palacio Municipal de Guadalajara 53

FICHA 17: Panteón de Mezquitán 57

FICHA 18: Paraninfo de la Universidad de Guadalajara 60

FICHA 19: Templo Expiatorio 63

FICHA 21: Rotonda de los Jalisciense Ilustres 69

FICHA 22: Plaza Guadalajara 73

FICHA 23: Plaza Fundadores 76

FICHA 24: Plaza de los Mariachis 79

FICHA 25: Plaza de la Liberación 82

FICHA 27: Panteón de Belén 88

FICHA 28: Barrio de las Nueve Esquinas 91

FICHA 29: Basílica de Nuestra Señora de Zapopan 94

FICHA 30: Zona Arqueológica "El Ixtépete" 97
FICHA 31: Museo de Arte de Zapopan (MAZ) 100
FICHA 33: Templo de San Francisco de Ixcatán 106
FICHA 34: Templo de San Esteban 109
FICHA 35: Paseo Teopitzintli (Andador 20 de noviembre) 112
FICHA 36: Parroquia de Atemajac 115
FICHA 37: Capilla de Nextipac 119
FICHA 38: Casa del artesano 122
FICHA 39: Centro Cultural El Refugio 125
FICHA 40: Convento de Santa Anita 128
FICHA 41: El Parián 131
FICHA 42: Iglesia de San Martín de las Flores 134
FICHA 43: Jardín Hidalgo 137
FICHA 44: Parroquia de San Pedro Apóstol 140
FICHA 45: Presidencia Municipal de Tlaquepaque 143
FICHA 46: Casa de los Artesanos 146
FICHA 47: Cerro de la Reina 149
FICHA 49: Plaza Cihualpilli 156
FICHA 50: Tianguis Artesanal 160
FICHA 51: Capilla del Calvario (Cruz Blanca) 164
FICHA 52: Bosque La Primavera 167
FICHA 53: Bosque El Centinela 171
FICHA 54: Cascada Cola de Caballo 174
FICHA 55: Parque de "Los Colomos" 178
FICHA 57: Géiseres de Ixcatán 185
FICHA 58: Siete Cascadas 189

II. INVENTARIO DE SERVICIOS TURÍTSTICOS 193

1. CATÁLOGO DE HOTELES 193
2. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 215

3. AGENCIAS DE VIAJES ____ **274**

4. INFORMACIÓN AL TURISTA (MÓDULOS DE INFORMACIÓN, GUÍAS DE TURISTAS) ____ **296**

5. TRANSPORTACION TURISTICA ____ **309**

6. CASAS DE CAMBIO ____ **313**

7. COMPRAS (CENTROS COMERCIALES, CASAS DE ARTESANIAS) ____ **316**

8. INSTALACIONES PARA CONGRESOS Y CONVENCIONES ____ **318**

9. ESPARCIMIENTO (TEATROS, CINES, INSTALACIONES DEPORTIVAS, CENTROS DE ESPECTÁCULOS) ____ **318**

III. PRODUCTOS TURISTICOS ____ **334**

ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 1: Archivo histórico de la Universidad de Guadalajara, José Guadalupe Zuno



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara, Jalisco.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 669459.77 m E, 2286557.37 m N
Av. Unión #2226 Esq. José Guadalupe Zuno

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
La Casa Zuno, también conocido como la casa de Tezontle por la piedra volcánica que cubre sus muros externos, se encuentra ubicada entre las avenidas José Guadalupe Zuno número 2226 y Unión número 275, la arquitectura de la casa guarda valores que la convierten en parte del patrimonio cultural de la ciudad y del Estado.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Recorridos Guiados durante el día.
2. Proyección de películas.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
El turista que visite este recurso debe presentar interés por la arquitectura y la iconografía, pues la casa está llena de detalles arquitectónicos con mucho significado.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
La Universidad de Guadalajara es el organismo encargado de su gestión

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc..?)*

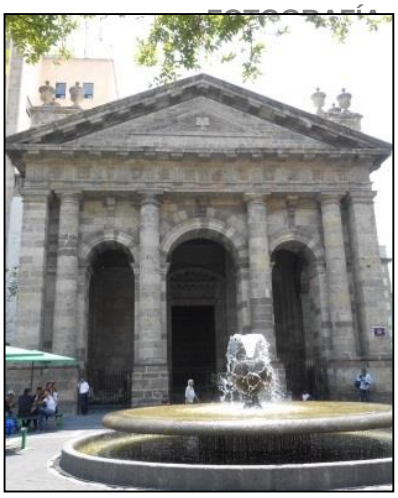
1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 2: Biblioteca Iberoamericana "Octavio Paz"

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672021.35 m E, 2287123.14 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Recinto cultural que mezcla la historia con la moderna ciudad actual, Una de las construcciones más céntricas y bonitas de Guadalajara, es sin duda alguna la realizada por la Compañía de Jesús en el Siglo XVI y que funcionó como Colegio de Santo Tomás hasta 1767. Es el inmueble que para 1792 se convirtió en La Real y Pontificia Universidad de Guadalajara y del cual sólo se conservó la capilla de Loreto, actualmente recinto de la Biblioteca Iberoamericana "Octavio Paz", un hermoso edificio con un pórtico de estilo neoclásico y una puerta labrada en madera que es diseño del muralista Siqueiros. En el interior, atraen la mirada sus librerías de fino acabado y desde luego los murales de Amado de la Cueva y David Alfaro Siqueiros. Un sitio que no se puede dejar de visitar en la ciudad.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Atractivo cultural
2. Apreciación del paisaje cultural

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Visitantes locales en su mayoría.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc..?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existe una red gratuita de wifi y cuenta con teléfonos públicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 3: Casa ITESO Clavijero

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 669775.78 m E, 2286505.06 m N
José Guadalupe Zuno # 2083. Entre Av. Chapultepec y Marsella.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Es una finca concebida por Luis Barragán Morfín, ganador del premio Pritzker (reconocimiento considerado el Nobel de arquitectura), quien la construyó entre 1929 y 1930 por encargo de su amigo Efraín González Luna, ex candidato a la presidencia de México en los comicios de 1952.
La Casa González Luna, construida por Luis Barragán, es una finca donde la luz, el manejo de la intimidad, los espacios cerrados, los materiales de la región y el color hacen de ella un hito en la arquitectura mundial del siglo XX. Se distingue por su calidad de composición, única y atípica dentro del contexto urbano de las llamadas Colonias de Guadalajara.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visitas guiadas**
2. **Actividades de ocio**
3. **Recorridos culturales por "Casas Regionalistas"**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes nacionales e internacionales

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
ITESO

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc..?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 4: Casa Museo López Portillo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672185.75 m E, 2287544.67 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
La finca, construida a finales del Siglo XVIII, en su origen fue la residencia de célebres miembros de la familia López Portillo. Aquí vivieron, durante épocas distintas, el gobernador Jesús López Portillo y Serrano, el escritor José López Portillo y Rojas, y el historiador José López Portillo y Weber.
El museo, creado en 1982 cuenta con una colección de muebles de época de los siglos XVIII, XIX y principios del XX. Además en la Sala Gabriel Flores, se presentan exposiciones temporales de artes decorativas y diseño contemporáneo, lugar donde los artistas y diseñadores encuentran un espacio para presentar sus proyectos.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visitas Guiadas**
2. **Recorridos al Centro Histórico**
3. **Observación de paisaje cultural**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes nacionales, locales.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Secretaría de Cultura Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc..?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 5: Casa-Taller José Clemente Orozco

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 668188.27 m E, 2286899.52 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Fue casa del muralista jalisciense José Clemente Orozco, durante sus estancias en Guadalajara, después de la muerte del artista su mujer donó la casa al H. Ayuntamiento para usarla como museo de la vida y obra de J.C. Orozco. Funciono como tal por 30 años. Ahora exhibe obras del muralista, como su obra monumental *La Buen Vida (6x5 mts),* así como de otros artistas plásticos de estos tiempos. Cuenta con tres salas de exhibición y una para proyección de videos. Se llevan a cabo conciertos, conferencias y presentaciones literarias. Fue mandada construir por el mismo J. C. Orozco en 1944 al arquitecto González Cortázar. Es un inmueble de 4 niveles, pero solo los 2 primeros están destinados a la exhibición de piezas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Sala de conferencias**
2. **Talleres artísticos.**
3. **Museo de Obras de J.C. Orozco**

Perfil del turista
El turista que pretenda visitar este sitio, debe de tener un genuino interés por la vida y obra de J.C. Orozco, teniendo como motivación, los aspectos artísticos de la ciudad, del siglo XX.

Gestión del recurso
Pertenece al H Ayuntamiento de Guadalajara, sin embargo las autoridades correspondientes son los responsables del Instituto Cultural Cabañas.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc.?*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 6: Catedral Metropolitana de Guadalajara

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672152.49 m E, 2287288.85 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Catedral de Guadalajara o Catedral Basílica de la Asunción de María Santísima, es parroquia sede de la Arquidiócesis de Guadalajara y uno de los edificios más representativos de la ciudad, no sólo por sus torres con agujas neogóticas, sino porque tiene una gran historia.

La catedral ocupa un área de 77.8 x 72.75 metros. Contiene altares dedicados a Nuestra Señora de la Asunción, Nuestra Señora de Guadalupe, Nuestra Señora de los Dolores, la Virgen de Zapopan (patrona de Guadalajara), Santo Domingo de Guzmán, San Nicolás de Bari, Santo Tomás de Aquino, San Cristóbal, San Juan de Dios. Hay 52 asientos de madera tallada además de la silla cardenalicia. La mesa de consagración es de mármol y plata. Los vitrales de colores son importados de Francia.

También se encuentran imágenes de Nuestra Señora de los Dolores, Del Cristo de las Aguas, entre otras. Asimismo, la catedral alberga reliquias de la mártir romana Santa Inocencia. Tres cardenales están sepultados en la catedral, así como varios obispos de la diócesis e incluso el corazón de un prelado muy conocido, el obispo Ruiz de Cabañas y Crespo, fundador del Hospicio que hoy es el Centro Cultural que lleva su nombre.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Afluencia para la Romería
2. Actos religiosos de culto católico
3. Atractivo Cultural

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.).*

A la catedral De Guadalajara llegan peregrinos de nivel socioeconómico medio y bajo.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Administrado por la Arquidiócesis de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc..?) Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**x**) Sí ( ) No

Comentarios: La Catedral de Guadalajara es el emblema del destino. Por sí mismo el recurso no realiza una promoción con fines turísticos. Toda acción de promoción y publicidad lleva implícita esta imagen iconográfica de Guadalajara. No obstante, dichos esfuerzos se realizan a través de instituciones oficiales, en los tres niveles de Gobierno.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes *(¿**Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).***

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Dentro de este atractivo existe red de celular, a los alrededores (principalmente en las plazas) se cuenta con servicio de wifi gratuito y teléfonos públicos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 7: Edificio de la Telefónica

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 671796.89 m E, 2287072.58 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En Guadalajara existía una calle denominada Juárez, cerrándola el antiguo edificio de la Penitenciaria del Estado y a espaldas de dicho edificio se iniciaba una amplia avenida denominada Vallarta. Por el año de 1927 el Gobierno decidió, dadas las necesidades de tránsito, demoler el edificio de la Penitenciaria, quedando así unidas la calle Juárez y la Avenida Vallarta.

La capacidad excepcional del ingeniero Jorge Matute Remus para resolver problemas técnicos y urbanos se mostró de manera notable en 1950, cuando hizo posible la ampliación efectiva de la Avenida Juárez, al mover 12 metros (realmente 11.82m) el edificio de la Compañía Telefónica Mexicana, sin interrumpir ni un solo momento la comunicación telefónica en la ciudad, ni ninguno de sus servicios. Para que las operadoras tuvieran la confianza de permanecer dentro del edificio y continuar sus labores mientras éste era desplazado, el Ingeniero le pidió a su esposa, Doña Esmeralda Villaseñor de Matute, que entrara al edificio con su hijo Juan Jorge de siete años, a acompañar a las operadoras.

Este movimiento fue necesario para la ampliación de una de las avenidas más importantes en la ciudad de Guadalajara. La obra se inició en mayo de 1950 y se terminó en Noviembre del mismo año, con un costo de 1 millón de pesos. El movimiento en sí del edificio se realizó en cinco días.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Atractivo cultural

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.).*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo está bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: Este edificio puede apreciarse solo desde el exterior debido a que se encuentra cerrado al público.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: ……..

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 8: Ex Convento del Carmen

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 671542.48 m E, 2287064.83 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Antiguo Convento de las Carmelitas, uno de los más ricos de la ciudad, que fue destruido al igual que el de Santo Domingo; sólo quedaron en pie una pequeña parte y una Capilla, la cual se aprovechó para formar el Templo actual.

Construido en 1758 por la Orden de los Padres Carmelitas. El Convento y la Iglesia abarcaban desde la calle 8 de Julio hasta la Av. Enrique Díaz de León y desde López Cotilla hasta Pedro Moreno; actualmente en la pequeña parte que queda del antiguo Convento llamado Ex-Convento del Carmen, tiene como uso de Centro Cultural, donde hace algunos años fue Escuela de pintura y música para niños.

También hace algunos años, hasta 1986, albergó las oficinas del Departamento de Turismo del Estado. Ahora se utilizan algunas de sus salas como auditorios para eventos culturales y sociales; su patio como escenario de danzas, obras teatrales, galería, etc.. Actualmente se encuentran las oficinas del Programa DIA del DIF Jalisco y en la parte alta o 2do. piso las oficinas de Conciertos Guadalajara, A.C.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Atractivo Turístico
2. Proyección de películas
3. Presentación de obras de teatro.
4. Venta temporal de libros y artesanías

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Personas interesadas en diferentes formas de expresión artística.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: Dentro del ex convento hay una sala de proyección la cual tiene un costo extra al igual que las obras de teatro que se presentan en el mismo. En ambos casos existe un descuento para estudiantes y personas de la tercera edad.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 9: Instituto Cultural Cabañas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 673096.82 m E, 2287268.34 m N
Calle Cabañas #8, Centro

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
El Hospicio Cabañas es obra del arquitecto Manuel Tolsá. De planta simétrica, dividido por la cruz de su capilla mayor, el edificio es considerado una de las muestras más importantes de la arquitectura neoclásica en México. Su fachada se distingue por un frontón liso sostenido por seis columnas dóricas. En un segundo plano destaca la cúpula de la capilla mayor sostenida por dos círculos concéntricos de columna dórica y jónica, rematada por una linternilla de 5 metros de altura. En su interior encontramos 23 patios de distintos tamaños bordeados por largos y frescos pasillos, cubiertos y delimitados por arcos y columnas de estilo toscano. Al fondo del edificio se destaca una segunda capilla, de mayor sobriedad que la primera y que fuera utilizada como refectorio del Hospicio, bautizada Tolsá en honor al arquitecto español. Entre 1938–1939 el muralista José Clemente Orozco pintó la cúpula de la capilla.
Todo ello fue determinante para que en diciembre de 1997 fuera declarado, por la UNESCO, Patrimonio de la Humanidad.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visitas Guiadas**
2. **Apreciación de Murales de José Clemente Orozco**
3. **Recorridos por Centro Histórico**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Su importancia histórica y arquitectónica atrae turistas locales, nacionales e internacionales. No hay mucha temporalidad, sino que durante todo el año recibe bastantes visitantes.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Secretaría de Cultural del Estado de Jalisco

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

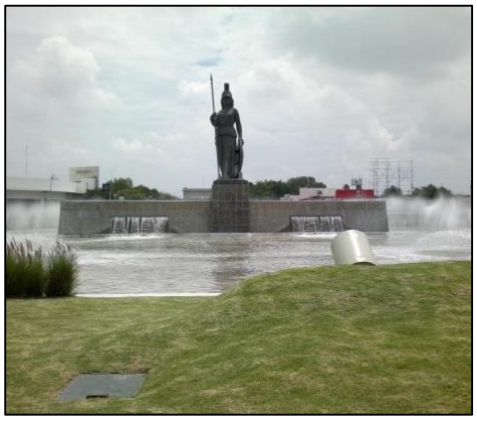
1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 10: Glorieta La Minerva

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667978.84 m E, 2286952.65 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La fuente está hecha de bronce y tiene una altura de 8 metros. Es la fuente más grande de la ciudad, tiene un diámetro de 73.5 metros sobre la cual se alza una base que sostiene a la Diosa Minerva, con la leyenda "Justicia, sabiduría y fortaleza, custodian esta ciudad", en la parte posterior reza "A la gloria de Guadalajara".

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Punto de reunión para celebración de actos deportivos.**
2. **Punto de reunión durante la Vía-Recreativa.**
3.

Perfil del turista
Debe de tener como principal motivación, conocer los aspectos más representativos de Jalisco, así como gastronomía, monumentos y atractivos. Debe residir fuera de la ZMG, siendo esencial que realice esta visita durante sus primeras 3 visitas a la ciudad.

Gestión del recurso
Pertenece al gobierno de Guadalajara, sin embargo su mantenimiento corre por cargo de la Cámara de Comercio.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

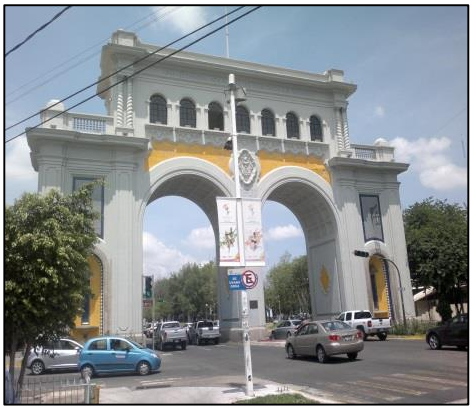
1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 11: Monumento Los Arcos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 668245.01 m E, 2286956.64 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Semejante a los Arcos del Triunfo en Europa, este monumento de estilo neo-virreinal, consta de dos arcos que dan cabida a la vialidad de la zona, en la cara que da a la minerva reza la leyenda; “Guadalajara Hospitalaria”, del lado posterior; “Una estancia agradable es garantía de regreso” de ambos lados cuenta con el escudo de la ciudad, y columnas salomónicas en la parte superior del monumento.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Recorridos Turísticos.**
2. **Mirador de la ciudad.**
3.

Perfil del turista
El turista que visite éste punto, debe ser externo a la localidad de Guadalajara, con ganas de conocer puntos emblemáticos de la ciudad.

Gestión del recurso
Pertenece al gobierno de Jalisco, por lo que su preservación y mantenimiento corre por cuenta del gobierno, contiene oficinas de la Dirección de Turismo de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....
.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 12: Mercado Libertad

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672980.86 m E, 2287104.07 m N
Javier Mina #52, Col. San Juan de Dios.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Mejor conocido como Mercado San Juan de Dios puesto en servicio el 30 de diciembre de 1958 bajo la obra del Arq. Alejandro Zohn. Fue remodelado en 1982 y en 1993. Alberga más de dos mil puestos divididos en tres niveles, mientras que en el centro hay un patio de considerables dimensiones. En el primer nivel se venden golosinas, flores y artículos típicos de Guadalajara. En el segundo se encuentran las fondas y la venta de ropa. En el tercer nivel se encuentran los servicios comunitarios.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Compra de artesanías, dulces, ropa, etc..
2. Servicio de platillos regionales.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Diferentes tipos de turistas, cabe mencionar que la atracción de este lugar por los turistas extranjeros y nacionales es muy fuerte.

Gestión del recurso
Ayuntamiento de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No es suficiente.

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celulares y teléfonos públicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 13: Palacio de Gobierno

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672234.80 m E, 2287190.78 m N
Av. Ramón Corona #31, Col. Centro.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Su edificación fue entre los siglos XVII y XVIII bajo el proyecto original de Manuel José Conque. . El interior en la actualidad posee tres patios, el principal rodeado de corredores en sus plantas alta y baja. Hoy en día es sede del Poder Ejecutivo y alberga murales de José Clemente Orozco, como el de Hidalgo y la lucha de Independencia en el cubo de la escalera y, La Independencia, La reforma y la Revolución en el ex recinto parlamentario. Las salas interiores tienen cuadros magníficos que representan personajes históricos.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita al interior del inmueble.
2. Visita al museo de sitio.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Público en general, que se sientan atraidos por la historia y apreciacion del arte.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
El Gobierno del Estado de Jalisco

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celulares y teléfonos públicos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 14: Palacio de las Vacas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 671561.47 m E, 2287550.34 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Fue construido a finales del siglo XIX y lo terminaron oficialmente en 1910. El primer dueño, don Segundo Díaz, probablemente compró el inmueble en la calle San Felipe, en 1902. Transformó el edificio en una casa extraordinaria y excepcional de Guadalajara, de estilo ecléctico, mezcla entre arquitectura morisca y estilo europeo. Contó con 24 cuartos, 10 baños, dos comedores, cuatro patios y una capilla.
Segundo Díaz encargó a Xavier Guerrero (maestro de los muralistas José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros y Diego Rivera), pintar 400 metros de paredes y techos con alrededor de 80 murales. Duró 11 años, hasta que todas las paredes y techos estuvieron pintados con escenas de la vida europea, ángeles y paisajes del Guadalajara de aquel tiempo.
El entonces propietario vendió la parte de atrás y pasó la casa principal, como la conocemos hoy, a su hermano Miguel. Entonces sirvió como lechería, y las vacas pasaban por la puerta principal del exclusivo y precioso edificio para llegar al patio de atrás, por lo que la gente le dio el nombre del Palacio de las vacas, como se le llama ahora.
La casa ha pasado por un número indefinido de dueños y ha tenido múltiples usos. Actualmente el propietario es el señor John A. Davis, ciudadano estadounidense.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita a la arquitectura exterior
2. Visita a los murales.
3. Compra de antigüedades.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

No aplica

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Es propiedad privada. Se encarga de su restauración el Sr. John A. Davis.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: el tipo de promoción que se le da es principalmente de boca en boca y en páginas de Facebook.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Para ingresar se necesita permiso previo del dueño, en algunas ocasiones está abierto para recorridos, pero es necesario informarse de cuándo se ofrecerán. Actualmente está cerrado por mantenimiento.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Se encuentra en restauración, el dueño ha invertido una suma importante en su cuidado y ha pedido ayuda a las autoridades para que no se pierda esta impresionante propiedad.

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: La mayoría de los muebles y decoración con los que cuenta la propiedad están en venta, el Palacio también está en venta.

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No se sabe.

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 15: Palacio Legislativo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672353.41 m E, 2287347.54 m N
Av. Hidalgo #222, Col. Centro.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Edificio que data del siglo XVIII, consta de dos niveles y se compone de dos secciones que fueron hechas en diferentes construcciones. Remodelado en 1982 para ser la sede del congreso - antes localizada en el interior de Palacio de Gobierno - fue cambiada a este edificio, desde entonces conocido como Palacio Legislativo. En el Congreso encontramos tras el presídium un muro cóncavo recubierto con cerámica regional de Tonalá con un Águila de bronce en medio. El salón del Congreso tiene un cupo de 993 butacas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visita al interior con permiso.**
2. **Recorrido por la plaza tapatía.**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Público en general.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Gobierno del Estado de Jalisco.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: En los alrededores.

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celulares y teléfonos públicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 16: Palacio Municipal de Guadalajara

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672092.71 m E, 2287340.03 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Su construcción se inició en 1949 y se concluyó en 1952; fue elaborado por el Arq. Vicente Mendiola, reproduciendo elementos típicamente tapatíos entre ellos el patio central, los corredores y arcos dando un carácter colonial muy bien logrado.

Los portales, columnas toscanas y de esquina que son características de la vieja arquitectura de la ciudad, el pórtico remata con el escudo de armas de la ciudad en alto relieve.

En su interior se encuentra un mural de Gabriel Flores 1963 sobre la fundación de Guadalajara, compuesto por cinco paneles, cuyos temas son:

La Conquista Española
La Caída de Pedro de Alvarado
Fundadores de Guadalajara
La Conquista Espiritual
El Paseo de Pendón

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

3. Atractivo Cultural

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

___

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 17: Panteón de Mezquitán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara, Jalisco.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 671375.37 m E, 2288869.43 m N
Federalismo s/n, cruza con José María Virgil y Av. De los maestros

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Al cerrarse el panteón de Belén, abre sus puertas de hierro forjado el panteón de Mezquitán el 02 de Noviembre de 1896.
El panteón abrió a finales del siglo XIX y prácticamente toda la arquitectura fúnebre del lugar posee las características reconocidas a lo largo del siglo XX, siempre con variantes de acuerdo a las creencias de la familia, los gustos y hasta la posición social y económica.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Recorridos nocturnos los días viernes y sábado a las 20:00 hrs.
2. Visita al interior del panteón y apreciación de la arquitectura y escultura.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Para realizar una visita a ese recurso, el turista debe tener interés en el arte funerario, en la iconografía representada en algunas esculturas, y el gusto por leyendas e historias del pasado.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
El Municipio de Guadalajara es el encargado de gestionar el recurso.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Estas acciones principalmente se llevan a cabo en la temporada cercana al día de muertos.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 18: Paraninfo de la Universidad de Guadalajara

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 670944.48 m E, 2286976.95 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Construido en 1918, es un edificio en forma de cruz con graderías y arcos de medio punto que en la parte superior muestra balaustras en el contorno del edificio. D une estilo decididamente renacentista francés, funciona como Museo de las Artes desde 1995 y maneja todas las manifestaciones del arte en sus cinco salas. En el interior del aula magna se encuentran dos murales de José Clemente Orozco, El Hombre Pentafásico y El Pueblo y sus Falsos Líderes.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visita al Museo de las Artes**
2. **Observación y apreciación de Murales**
3. **Recorrido por Avenida Juárez**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes nacionales y extranjeros

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Universidad de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 19: Templo Expiatorio

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara, Jalisco.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 670947.91 m E, 2286900.54 m N
Francisco I. Madero entre Escorza y Enrique Díaz de León

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
De estilo Neogótico (italiano exterior y francés interior), muestra su impresionante fachada de cantera dividida en tres secciones, rematadas en pináculo; del lado izquierdo se localiza la torre. Iniciado por Adamo Boari y terminado por Ignacio Díaz Morales.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita al interior del Templo.
2. Paseo por su plaza en la que se lleva a cabo un tianguis de artesanía y comida los domingos.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Personas interesadas en la arquitectura religiosa y su iconografía.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
La arquidiócesis de Guadalajara es la encargada de gestiona el recurso.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes *(¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Si cuenta con baños, pero raramente están habilitados para el púbico.

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 20: TEMPLO DE LA LUZ DEL MUNDO

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
GUADALAJARA

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 678747.46 m E, 2286774.09 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Grandiosa construcción moderna, sede de la congregación religiosa del mismo nombre. La forma general del templo está basada en una elipse de 60 x 90 mts., con cuerpos que van ascendiendo piramidalmente y cuya torre se eleva a 60 mts. de altura. Cada nivel está formado por catorce parábolas apoyadas en el perímetro de una elipse. El edificio no tiene fachada principal, sino que cada una de las parábolas aparenta una fachada sin principio ni fin.

La cubierta está formada por ocho cuerpos, el primero es el altar y los siete restantes representan los siete brazos o cuerpos del candelero de Israel. En el interior los plafones horizontales se elaboraron de vitrales con cada uno de los colores del arcoíris, simbolizando la paz y la búsqueda de la perfección del hombre en su camino hacia Dios. La parte central o ministerial es de mármol blanco. Esta edificación fue diseñada por el Arq. Leopoldo Fernández Font y se realizó entre los años 1983 y 1990.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1.
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No
X
Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*
1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*
1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*
1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*
1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*
1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*
1 2 3 4 5 (3)

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 21: Rotonda de los Jaliscienses Ilustres

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672180.12 m E, 2287362.75 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

La Rotonda de los Jaliscienses Ilustres es un monumento de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México, ubicado en la cuadra flanqueada por las avenidas Fray Antonio Alcalde, Miguel Hidalgo y las calles Liceo e Independencia, en el corazón de la capital del estado de Jalisco conocido como centro histórico, a un costado de la Catedral de Guadalajara. Rinde homenaje a la memoria de los jaliscienses que han trascendido a través de la historia.

El monumento construido en el año de 1952, por el arquitecto Vicente Mendiola, bajo iniciativa del entonces gobernador del estado José Jesús González Gallo, consta de diecisiete columnas estriadas sin base ni capitel y que sostienen un anillo de cantera que tiene grabado en uno de sus lados la leyenda "*Jalisco a sus hijos esclarecidos*"; en el centro del monumento existe un pebetero, además en la rotonda, hay noventa y ocho nichos para albergar los cuerpos de los hombres y mujeres más ilustres y a su alrededor también existen veintidós estatuas de preclaros jaliscienses.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Actividades de esparcimiento
2. Apreciación del paisaje cultural

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Este atractivo es visitado principalmente por extranjeros y familias que residen en la ciudad.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existe una red gratuita de wifi y cuenta con teléfonos públicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 22: Plaza Guadalajara

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672092.90 m E, 2287274.48 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(**x**) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Anteriormente se le conocía como la Plaza de los Laureles ó Plaza del Ayuntamiento, se le dio el nombre actual en conmemoración al 450 aniversario de la Fundación de Guadalajara. Es de planta cuadrangular, con jardineras-bancas y pequeños árboles de ornato. Al centro de ésta se aprecia una fuente sobre basamento de planta circular, con escalinatas, que conmemora la fundación de la Ciudad a través del Escudo que se levanta en su centro formado por una esfera, sobre la cual se encuentran cuatro leones rampantes alrededor de un árbol, con una bandera sobre la fronda. Esta fuente fue construida en 1956 y diseñada por el Arq. Ignacio Díaz Morales. Desde esta plaza podemos observar: La fachada del Palacio Municipal; La fachada de la Catedral; La fachada del Sagrario; Los arcos de los antiguos Portales de Guadalajara.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Atractivo cultural
2. Eventos culturales temporales
3. Apreciación del paisaje cultural
4. Actividades de esparcimiento

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 23: Plaza Fundadores

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672493.93 m E, 2287286.41 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

En ella encontramos un conjunto escultórico de alto relieve elaborado en bronce de 21 mts. De largo y 3 mts. De altura diseñado por el artista jalisciense Rafael Zamarripa, también encontramos otros dos monumentos; el monumento de Beatriz Hernández, en una de sus placas tiene escrito: “Señores, el rey es mi gallo y soy de parecer que nos pasemos a Valle de Atemajac” y el de Miguel de Ibarra que fue uno de los fundadores de Culiacán.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Atractivo cultural
2. Eventos culturales temporales
3. Apreciación del paisaje cultural
4. Actividades de esparcimiento

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo esta bajo el cuidado del Ayuntamiento de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (-)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 24: Plaza de los Mariachis

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672761.19 m E, 2287055.07 m N
Calle De los Mariachis s/n entre Calzada Independencia y Álvaro Obregón a un costado del Templo de San Juan de Dios.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Callejuela de forma triangular cuyos edificios que rodean la Plaza fueron construidos bajo un estilo ecléctico.
En ella se encuentra una fuente circular de cantera, un portal de estilo virreinal con arcos de medio punto sobre columnas de cantera, así como un busto de bronce de Silvestre Vargas, creador del famoso Mariachi Vargas de Tecalitlán.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Apreciación y contacto con el Folklore**
2. **Observación de paisaje cultural**
3. **Atractivo cultural**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Quien visita la Plaza de los Mariachis es en su mayoría personas locales, pues los turistas creen que es demasiado "folklórica o popular". Normalmente, personas de medios y bajos recursos.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
H. Ayuntamiento de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: ……

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 25: Plaza de la Liberación



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672306.05 m E, 2287278.85 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Conocida como Plaza de los Tres Poderes y popularmente como la Plaza de las "Dos Copas", ubicada entre las calles Hidalgo, Morelos, Liceo y Belén.

Esta gran rectángulo tiene varios prados y árboles de tabachín de varios colores, en su lado norte se encuentra una estatua de bronce de don Miguel Hidalgo y Costilla, lugar muy socorrido por los tapatíos para bolear sus zapatos, pero lo más representativo de esta plaza son sus dos enormes fuentes, construidas entre 1948 y 1952, diseñadas y creadas por Ignacio Díaz Morales. Tiene muchas bancas metálicas, así como numerosas farolas que la alumbran, bajo esta plaza se encuentra un amplio estacionamiento y pasa parte del túnel de la avenida Hidalgo.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Actividades de esparcimiento**
2. **Observación de paisaje cultural**
3. **Eventos culturales temporales**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes locales y nacionales.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
H. Ayuntamiento de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes *(¿Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).3*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 26: Plaza de armas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672186.06 m E, 2287190.11 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**x**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Pintoresca plaza que fue el centro de reunión de la sociedad tapatía hasta principios del siglo XX, y hoy ofrece al visitante una magnífica visión del Palacio de Gobierno, el Sagrario y Los Portales. Recién fundada la ciudad aquí estuvo una fuente para que los vecinos se proveyeran de agua. Dicha plaza cuenta con un hermoso kiosco francés "Art Nouveau" el cual data de 1909, sostenido por 8 cariátides (figuras femeninas con el torso desnudo) que representan instrumentos musicales distintos, su techo elaborado en finas maderas, forman una especial caja de resonancias.

En los ángulos de la plaza, encontramos las cuatro estaciones del año, representadas por bellas esculturas grecolatinas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Actividades de esparcimiento
2. Apreciación del paisaje cultural
3. Serenata de música popular Todos los martes a las 18:30 horas.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Este atractivo es visitado principalmente por extranjeros y familias que residen en la ciudad.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Este atractivo está bajo el cuidado del Patronato del centro Histórico de Guadalajara.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**x**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Existe una red gratuita de wifi y cuenta con teléfonos públicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 27: Panteón de Belén

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara, Jalisco.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672378.26 m E, 2288435.90 m N

Belén no. 684

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Esta joya del siglo XIX es un muestrario de la arquitectura funeraria de diversas épocas. Los restos de muchos personajes que destacaron en la política, educación, ciencia, música y literatura fueron depositados en este panteón, destacan por su belleza los mausoleos de las familias Cuervo y Luna Corcuera realizados por el arquitecto y pintor Jacobo Gálvez.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visitas guiadas, durante el día y nocturnas.
2. Museo.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Este es un recurso destinado a los turistas que tengan interés principalmente por las leyendas y el misticismo. También es importante el gusto por el arte que se puede apreciar en las esculturas y arquitectura que en el lugar se encuentran.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
El Municipio es el encargado de gestionar el recurso.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 ( )

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 28: Barrio de las Nueve Esquinas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672025.42 m E, 2286559.11 m N
Entre las calles de Galeana, Libertad, Leandro Valle y Río Seco.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Es una pequeña rinconada hermosamente remodelada con jardines y fuente, en un sitio a donde convergen cuatro calles citadinas formando las famosas "Nueve Esquinas".

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Paseo por los alrededores.
2. Compra de las tradicionales pitayas. (meses de Mayo y Junio)
3. Comer Birria, tradicional platillo jalisciense.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
La temporada con mayor afluencia es en los meses de Mayo y Junio cuando se instala el tradicional mercado de Pitayas, justo en donde las 9 esquinas convergen.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (n/a)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios: Por ser una plaza publica, no existe un horario que determine las visitas.

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Existen una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas en la zona.

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

¿

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 29: Basílica de Nuestra Señora de Zapopan

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667418.34 m E, 2292126.36 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Cuenta con una fachada de estilo plateresco y consta de tres cuerpos y remate, se encuentra altamente decorada en sus torres con relieves de follajes y de querubines, pilastras estriadas y jarrones; como remate cúpulas de gajos y linternillas. En su interior guarda retablos que se combinan con un estilo Dórico Colonial con bóvedas góticas, el retablo mayor es de estilo Corintio

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Afluencia para la romería.**
2. **Fechas mayores de la eucaristía.**
3. **Atractivo cultural.**

Perfil del turista
El turista que visite éste punto, debe tener como prioridad conocer la Basílica, a modo de ser uno de los principales incentivos de su visita, debe tener un consumo cultural elevado enfocado a las representaciones sacras. Por ello, la mejor temporada para recibir a éstos turistas es en a romería, cuando se celebra la mayor afluencia en éste punto.

Gestión del recurso
Pertenece a la eucaristía de Zapopan.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 30: Zona Arqueológica "El Ixtépete"

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 662485.59 m E, 2282226.38 m N
Prolongación Mariano Otero S/N Col. Miramar

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
La pirámide principal o Estructura I tiene unas dimensiones de 44 x 36 metros con una altura aproximada de 6 metros. Ésta presenta varias superposiciones, de cuando menos unas cinco.
En la zona central se erigieron basamentos, plataformas, plazas y habitaciones. Por lo general, los muros en talud son de piedra aglutinada con barro, en tanto que los tableros son de adobe, también empleando la escalinata. De tal forma que un gran núcleo de tierra recubierto con piedras unidas con barro, las cuales no siempre eran trabajadas, sin embargo, el constructor buscaba que la mejor de sus superficies quedase al exterior.
La Estructura II se localiza al sur de la Estructura I, y se conforma por una plaza cerrada por dos basamentos.
La Estructura III fue un conjunto habitacional.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visitas a la zona**
2. **Atractivo cultural**
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
No es un sitio arqueológico muy concurrido, sin embargo cada 21 de marzo se llena de aficionados para "cargarse de energía".

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 31: Museo de Arte de Zapopan (MAZ)

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667663.46 m E, 2292053.58 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El inmueble es un edificio moderno, fue construido exprofeso en 1999 con un diseño del grupo de arquitectos Toussaint Orendáin. Cuenta con tres salas de exhibición denominadas Juan Soriano, Juan Barragán y Manuel Álvarez Bravo, y un auditorio multidisciplinario que lleva el nombre de Juan José Arreola,

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Presentaciones de libros.
2. Exposición de obras plásticas contemporáneas
3. Conferencias.

Perfil del turista
El turista debe tener un especial interés por las artes plásticas contemporáneas, siendo como principal motivación conocer la zona centro de Zapopan, su mejor época es en vacaciones

Gestión del recurso
Pertenece a la Universidad de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 32: Presidencia Municipal



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667650.54 m E, 2292198.81 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Fue construido en 1942 para ser una escuela. Se convirtió en la sede del gobierno municipal en 1968 y ha sido remodelado varias veces desde entonces. La fachada está decorada con relieves y la escalera del edificio contiene un mural llamado "La Revolución Universal" realizado por el artista tapatío Guillermo Chávez Vega en 1970

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Atractivo como sitio con mural.**
2. **Punto de visita por la arquitectura.**
3.

Perfil del turista
Es posible ingresar al inmueble para observar los murales. Sin embargo no es un punto que visiten turistas extranjeros, más bien es visitado por locales y nacionales.

Gestión del recurso
Pertenece al gobierno de Zapopan.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 33: Templo de San Francisco de Ixcatán

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672537.44 m E, 2307628.36 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Su portada sombría consta de un arco sobre pilastras, en la clave del arco esta esculpido el emblema dela iglesia universal "las llaves de San Pedro, un mundo y una cruz". La torre de ladrillos consta de tres cuerpos; en el primero se encuentran tres campanas, una con la inscripción "Jesús, María y José" de 1791, la campana pequeña lleva una inscripción del año 1834 y la más grande casi ilegible sólo se puede leer, "San Francisco"

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Atractivo Cultural**
2. **Ruta Franciscana de Zapopan**
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población local

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Eucaristía de Zapopan

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: RUTA FRANCISCANA DE ZAPOPAN…….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: RUTA FRANCISCANA DE ZAPOPAN…….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 34: Templo de San Esteban

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 669105.44 m E, 2300732.51 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Es una construcción de una sola nave que data del año 1580, según lo constata una placa colocada en su parte frontal. Esta obra fue llevada a cabo por la Orden de los Franciscanos que llegó a evangelizar la Región. La cantera con la que se edificó se extrajo de la Sierra de San Esteban y en la parte frontal del atrio, se encuentra una estructura metálica de la que penden dos antiguas campanas con las fechas de 1793 y 1910 inscritas en ellas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Atractivo Cultural**
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población local

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Eucaristía de Zapopan

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……..

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 35: Paseo Teopitzintli (Andador 20 de noviembre)



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667614.30 m E, 2292087.44 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Andador que va, desde la Plaza de las Américas hasta el Arco de Zapopan, a los lados se encuentran diversos cafés, bares y restaurantes a lo largo de él se encuentran vendedores de artesanías, antojitos, antigüedades y otras artesanías.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Paseo por el centro histórico.**
2. **Compra de recuerdos de Zapopan.**
3. **Actividades de ocio en Zapopan, y alimentación.**

Perfil del turista
Debe de ser un visitante, con ganas de conocer lo más representativo de la zona de Zapopan, siendo su mejor temporada para visitarlo en vacacione.

Gestión del recurso
Pertenece al gobierno de Zapopan.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(**X**) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (**X**) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 36: Parroquia de Atemajac

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 671378.24 m E, 2291991.32 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(**X**) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Su amplio atrio era antiguamente cementerio, aunque ahora es una explanada en la que destaca una cruz atrial con un Cristo crucificado; cubierta la pequeña cúpula con mosaicos de talavera. Su portada de cantera oscura tiene marcado estilo virreinal.
En la parte superior de su frontis aparece el año de 1795, fecha en que terminó la portada; tiene una ventana coral en su segundo cuerpo. En el interior, al fondo, en el ciprés del altar mayor se encuentra La Virgen María, en su advocación del Rosario, quien preside este antiguo templo.
Esta Iglesia es de tres naves; es decir de planta basilical y se empezó a construir en 1718. Su arquitectura es franciscana como lo muestra el escudo de la orden, el cual está representado con unos brazos cruzados coronados por una cruz. Sus naves están divididas en 7 tramos por bóvedas de media naranja; en sus frontispicios de cantera lleva inscrita la fecha en que fue terminada la portada. Se encuentra por la avenida Federalismo rumbo al periférico norte.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Atractivo Cultural**
2. **Celebración de fiestas patronales**
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes locales

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Eucaristía de Zapopan

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 37: Capilla de Nextipac

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 653482.51 m E, 2297072.20 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Es una construcción franciscana levantada en el siglo XVIII, se desconoce la fecha exacta de su construcción. En el frontispicio tiene una cruz empotrada con dos campanas, una con la inscripción de María Santísima 1906. El patrono es el santo Santiago festejado el 25 de julio.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Atractivo Cultural**
2. **Ruta Franciscana de Zapopan**
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población local

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
ND

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: RUTA FRANCISCANA DE ZAPOPAN…….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: RUTA FRANCISCANA DE ZAPOPAN…….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 38: Casa del artesano

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675616.82 m E, 2283235.82 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **RECORRIDOS PARA MOSTRAR LAS TÉCNICAS QUE SE UTILIZAN.**
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: FOLLETOS PARA LOS TURISTAS……

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 39: Centro Cultural El Refugio

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675759.15 m E, 2283461.07 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Actualmente está dividido en: 1.- Área Administrativa 2.- Capilla 3.- Escuela de Artes Plásticas 4.- Patio el Parián 5.- Comedores 6.- Área de Exposiciones 7.- El Cine 8.- Área del Mango

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **EVENTOS CULTURALES**
2. **OBRAS**
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: FOLLETOS AL TURISTA.…….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 40: Convento de Santa Anita

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Tlaquepaque

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 662480.07 m E, 2272990.73 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Anexo al templo se encuentra el claustro del convento franciscano, en cuyo vestíbulo hay una cruz empotrada al muro, con relieves de vegetales; hay también dos pinturas al fresco con temas franciscanos.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita del sitio

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población católica.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Arquidiócesis de Guadalajara.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Se puede encontrar información en el sitio de información turística en la plaza que se encuentra afuera del templo y convento de Santa Anita.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Hay varios puestos de comida en el exterior.

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No se tiene información.

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Red de celulares y teléfonos públicos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 41: El Parián

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675966.25 m E, 2283091.36 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
(X) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Es una construcción del siglo XIX (1883). Es de planta rectangular y kiosco al centro.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **CONVIVENCIA FAMILIAR. GASTRONOMÍA.**
2. **3.**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: PARA ENTRAR NO HAY COSTO, SÓLO SI CONSUMES…….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 42: Iglesia de San Martín de las Flores

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Tlaquepaque

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 678780.51 m E, 2278832.01 m N
Independencia # 42 Col. San Martín de las Flores.

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(x) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
San Martín de las Flores, que recibió el nombre de su santo patrono por los evangelizadores, quedó sujeto al pueblo de Santiago de Tonalá; del primero se separó en la segunda mitad del siglo XIX y se anexó a San Pedro Tlaquepaque; por el segundo, en 1970 se constituyó en parroquia.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita del Sitio.
2. Fiestas patronales el 11 de noviembre.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población católica.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Arquidiócesis de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: ……

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se desconoce.

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

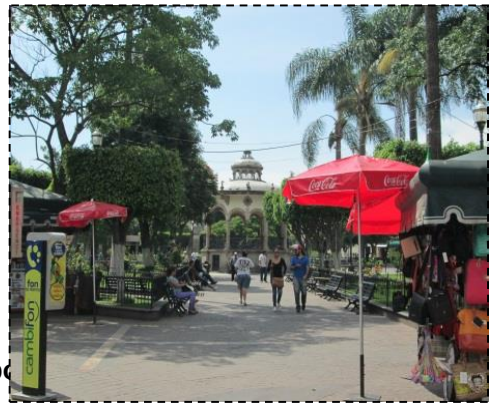
Comentarios: Red de celulares y teléfonos púbicos cercanos.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 43: Jardín Hidalgo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675892.47 m E, 2283176.94 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que correspo

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
jardín con su tradicional kiosco de cantera con cuatro arcos de medio punto y cuatro "arcos falsos", dos fuentes circulares de cantera, andadores adoquinados, bancas de metal y lámparas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **ALREDEDOR SE VENDE COMIDA**
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 44: Parroquia de San Pedro Apóstol

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675869.14 m E, 2283239.76 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda):

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Portada de estilo barroco es de dos cuerpos: el primero con acceso por arco de medio punto tablerado, igual que en las jambas en que se apoya. Profusa decoración de relieves vegetales lleva este primer cuerpo.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Observación**
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 45: Presidencia Municipal de Tlaquepaque

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
TLAQUEPAQUE

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 675998.02 m E, 2283155.55 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
El edificio consta de tres plantas ordenadas bajo el esquema de columnas trabes, y una amplia escalera que se bifurca al acceso de la segunda planta que conserva la distribución de la planta baja, en 1950 ajustó su diseño arquitectónico, con arcos de medio punto y columnas de estilo Romano.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Observación**
2.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: ……

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 46: Casa de los Artesanos

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 681294.70 m E, 2282019.52 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
( ) Recurso cultural
(X) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Muestra una exposición de piezas artesanales que se encuentran en venta. Tiene como objetivo principal fomentar la cultura artesanal del municipio y difundirla a todo el mundo, por medio de programas de comercialización de los productos artesanales y de apoyo para los artesanos tonaltecas. De la misma manera, promueve la apertura de nuevos mercados locales y extranjeros, y así mejorar las condiciones económicas de los artesanos.
Cuenta con salas de exposición permanente donde se pueden encontrar y adquirir todo tipo de piezas artesanales.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita a las exposiciones.
2. Compra de piezas artesanales.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Es visitado por turistas nacionales y extranjeros en cualquier época del año.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

H. Ayuntamiento de Tonalá. Promueve al sector artesanal del Municipio.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 47: Cerro de la Reina

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 683510.76 m E, 2282610.04 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Antiguamente era llamado Cerro del Ombligo, en donde siglos atrás se libró una batalla entre los indígenas y los españoles dirigidos por Nuño de Beltrán que llegaron a colonizar el Valle de Atemajac.
Se le llama cerro de la Reina debido a que la Reina Cihualpilli tenía su adoratorio en este lugar, en el que actualmente se encuentra un monumento dedicado a la antigua patrona de los tonaltecas, una capilla de piedra de la Virgen de Guadalupe y una gran explanada cívica en donde se erige un asta bandera de 42 metros de altura.
Tiene una altura de 2,500 metros, por lo que es uno de los pocos miradores que existen en la ZMG, desde donde se aprecia una majestuosa panorámica de la ciudad.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita a la capilla.
2. Visita al mirador.
3. Visita a las áreas verdes.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 48: Parroquia de Santo Santiago

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 683277.77 m E, 2281486.92 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Su inicio constructivo data del siglo XVII, concluyéndose en la segunda mitad del siglo XVIII, lo que provocó que la construcción muestre estilos arquitectónicos diversos, ay que en partes es de estilo neoclásico, con toques del gótico, del neogótico, algo de barroco y también neocolonial, aunque hay que reconocer que en conjunto hay cohesión. El interior es armonioso, todavía del estilo neoclásico; su planta es de tres naves con dos hileras cada uno de seis columnas toscanas coronadas con 21 bóvedas de arista, pintadas en color crema con molduras en oro; a los costados de las naves se elevan seis retablos corintios. El retablo actual fue diseñado en 1950 por el arquitecto y presbítero Pedro Castellanos quien fuera entonces encargado de la comisión de arte sacro de la Arquidiócesis de Guadalajara.
A un costado, se encuentra una construcción alzada a la par que la Parroquia, en el siglo XVII, es el Ex Convento de los Agustinos; es un recinto en el que se observan enormes gárgolas con diferentes figuras, algunas de animales y otras humanas. En su interior hay bellas arquerías con columnas de tipo dórico que le dan un aspecto místico y enigmático.
En su atrio, se encuentra un monumento al Papa Pío IX, que fue construido en 1887.
Hay un arco instalado al lado izquierdo de la Parroquia de Santo Santiago que conmemora la llegada de Nuño de Guzmán a tierras tonaltecas. De forma curva descansa sobre la pared. Sobre el muro hay una placa que señala que en 1533 ahí se estableció la ciudad de Guadalajara por cerca de dos años.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Fiesta de Santo Santiago.
2. Visita al Ex convento de los Agustinos.
3. Visita al monumento al Papa Pío IX y al Arco Botarel.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Es frecuentado por turistas nacionales y extranjeros durante todo el año, pero en especial en la fiesta de Santo Santiago, en las cual se presenta la Danza de los Tastoanes, interpretada por los habitantes del municipio.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:



FICHA 49: Plaza Cihualpilli

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 683162.66 m E, 2281525.88 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Se encuentra frente a la Presidencia Municipal y cuenta con un kiosco de origen francés, con todas las características de la época del Porfiriato, fue inaugurado en 1897. Al otro lado se encuentra la escultura dedicada a la Reina Cihualpilli, elaborada en bronce que data del siglo XIX, que ha pasado a ser un icono del municipio.
El kiosco principal se inauguró el 16 de Septiembre de 1897. Construcciones características de la época del Porfiriato de origen francés, es similar al construido en San Pedro Tlaquepaque.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Visita al kiosko.
2. Visita al mercado.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Es frecuentado por los habitantes del municipio, turistas extranjeros y nacionales en cualquier época del año.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Gobierno de Tonalá.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

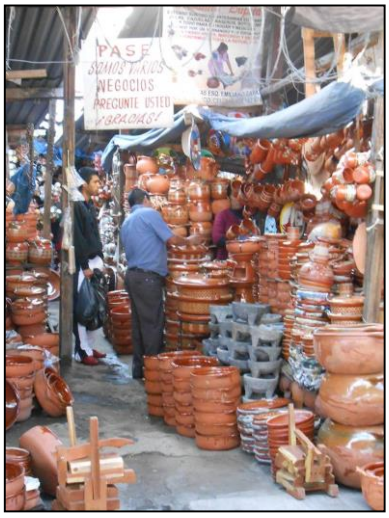
1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 50: Tianguis Artesanal

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 682751.57 m E, 2281621.58 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
( ) Recurso cultural
(X) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Desde la época Prehispánica, el "Tianguis" de los jueves, era el punto tradicional de reunión en la plaza de Tonalá.
Indígenas de diferentes puntos del Valle de Atemajac intercambiaban en este lugar sus mercancías.
Con la conquista se respeta esta tradición agregando el domingo (día del Señor), como fecha propia para el trueque.
Actualmente cerca de 3,500 a 4,000 comerciantes se instalan jueves y domingos entre las calles Juárez, Madero, Cruz Blanca, Santos Degollado y las Avenidas Tonaltecas y Tonalá principalmente.
El Tianguis artesanal se compone actualmente en su gran mayoría por artesanías, además de comida mexicana y artículos no artesanales.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Compra de artesanías.
2. Recorrido para admirar la diversidad de artesanías que se ofrecen.
3. Compra de alimentos.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Tiene visitas de turistas de todas partes del mundo. Acuden para adquirir las artesanías que aquí se producen durante todo el año.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 51: Capilla del Calvario (Cruz Blanca)

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Tonalá, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):

13N; 682695.02 m E, 2281096.20 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

( ) Recurso natural
(X) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Esta sencilla capilla es, según la tradición, el lugar donde en 1530, se llevó a cabo la primera celebración eucarística en el reino de la Nueva Galicia por los frailes franciscanos Juan Padilla, Francisco Zamora e Ignacio de la Vega, encargados de evangelizar el antiguo reino de Tonallan. En la parte posterior del recinto hay un cuadro de cerámica de alta temperatura con la lámina del lienzo de Tlaxcala, que señala el arribo de los españoles a Tonalá.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Fiesta de la Santa Cruz (3 al 15 de mayo)
2. Actos religiosos.
3.

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Es principalmente visitado por los habitantes locales.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 52: Bosque La Primavera

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Tala, Tlajomulco de Zúñiga, El Arenal y Zapopan.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 652468.72 m E, 2287354.75 m N
Carretera Nogales km.20

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(x) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(x) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
El bosque La Primavera con sus 140 mil años de existencia, es la más grande reserva ecológica que queda cerca del Área Metropolitana de Guadalajara; ha sobrevivido miles de años a múltiples circunstancias adversas. El 6 de marzo de 1980 se publica en el DOF el Decreto en el que por causas de interés público se establece Zona de Protección Forestal y Refugio de la Fauna Silvestre la región conocida como "La Primavera" que se localiza dentro de una superficie aproximada de 30,500 hectáreas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Visitas de recreo familiar.**
2. **Rutas de ciclismo y cabalgata.**
3. **Hotel Spa.**
4. **Balnearios.**
5. **Campamentos.**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Familiar y personas en general que gusten de la naturaleza y estén conscientes de su conservación. Personas con interés en actividades de aventura.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: Hay varios recorridos que organiza el mismo bosque de la primavera.

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: Solo ofrece campañas de conservación.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Solo en algunas zonas.

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 53: Bosque El Centinela

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 669056.20 m E, 2296858.36 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Cuenta con aproximadamente 107 hectáreas de pinos, encinos y pastizales.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Caminatas**
2. **Senderismo**
3. **Actividades deportivas**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Población local y atletas

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*
Secretaría de Ecología

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (NA)

Comentarios:.....

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 54: Cascada Cola de Caballo

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Zapopan, Jalisco

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 672404.12 m E, 2300348.48 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso: Con una altitud de 40 m. La Cascada Cola de Caballo tiene una caía de 150 metros de altura, está ubicada en la carretera Guadalajara-Zacatecas (km 15) a unos pocos metros del periférico Norte justo después de pasar el poblado de San Esteban. La cascada originalmente está formada por una corriente proveniente del Valle de Atemajac a través del Rio Blanco, pero que ahora por estar tan cerca de Guadalajara y de una colonia con muy poco desarrollo se encuentra contaminada.

A orillas de la carretera se encuentra el el Parque Mirador Municipal Dr. Atl desde donde se tienen muy buenas vista de la cascada. Tiene un horario reducido (10:00 a 17:30 Hrs.).

En tiempo de lluvias se puede apreciar al costado otra cascada más pequeña desde el mismo mirador hacia el Norte y apreciar a lo lejos al otro lado de la barranca una cascada más.

Aunque algo contaminado, es una bella caía de agua que desemboca al Río Santiago al Fondo de la barranca. Hay formas de llegar al pié de la cascada e incluso hay rutas de escala en la pared.

Hay tres miradores volados para admirar esta espectacular caída de aguas en su trayecto hacia el Rio Santiago que corre al fondo de la barranca a una profundidad de 600 metros, éstos son: Mirador de Huentitán, Parque Mirador Independencia y el ya mencionado Parque Mirador Dr.Atl También hay zona de asadores para pasar un día de campo.

Hay personas que suelen escalar la barranca, correr, hacer excursiones o ir a observar aves. También se realizan visitas guiadas por parte del H. Ayuntamiento de Guadalajara.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Practicar Rapel en las inmediaciones del área en que se encuentra la cascada, entre otras prácticas eco turísticas.**
2. **Practicar senderismo por el área y conocer más de cerca las bellas caras del paisaje que se dibuja en la barranca.**
3. **Fotografía natural. Paseos. Visita de día de campo.**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos,etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias,hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones depromoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Es posible saber de la existencia de la cascada, mayoritariamente gracias a la difusión que se le tiene por internet, pero la realidad es que no se le da la suficiente atención en cuestiones de publicidad.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Solo la necesaria, la señalización es muy poca, solo la de carretera.

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No aplica

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios,*

Parqueo si aplica, etc.).

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: No existe en sí una infraestructura adecuada en el sitio, solo puede ser apreciada con mejor perspectiva desde uno de los miradores en la Barranca, pero hay manera de subir al sitio, claro que es una ruta un poco arriesgada.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No es un lugar recomendable para personas con capacidades diferentes. Es un terreno algo accidentado.

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: La cascada arrastra muchos de los desechos de comunidades cercanas, sus aguas no son limpias.

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?,¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Se recomienda no rondar por el área en horario nocturno.

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No hay información sobre el recursos dentro del área.

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.:Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No aplica. No hay una infraestructura para el turismo.

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: No aplica. No hay servicios cercanos al recursos

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?,¿Está diferenciada o esestandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No aplica.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene políticade sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclajede basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Existe poca preocupación por las autoridades para regular

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo.¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Es una gran caía de Agua que merece ser visitada por los turistas, por formar parte del paisaje de la zona, que la verdad es digno de contemplarse. No hay muchos lugares cercanos a Guadalajara como éste.

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Es una zona poco vigilada

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (1)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 55: Parque de "Los Colomos"

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Guadalajara

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 667233.97 m E, 2290807.24 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(x) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(x) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

El Bosque de los Colomos se encuentra ubicado al noreste del Municipio de Guadalajara, representa una pequeña porción de naturaleza enclavada en una gran mancha urbana.
Zona de recreo y abastecimiento de agua de la ciudad, su extensión es de más de 50 hectáreas, cubierto de bosques, con barrancas y lomerío, engalanadas con rosales, bugambilias, hortensias y petunias, así como palmeras, cedros, pinos y eucaliptos. Consta de 2 secciones, la primera de 21 hectáreas tiene un lago artificial, kiosco fuente y una construcción en forma de "castillo".
Tiene una pista de 4,500 metros de longitud para caminata y carrera, juegos rústicos con troncos y fuentes de sodas.
Actualmente, este Bosque cuenta con 92 hectáreas con una masa forestal que es de 32,000 árboles destacando el Pino Michoacano, la Catarina, el Eucalipto, el Cedro.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **actividades de recreación y esparcimiento**
2. **Actividades deportivas**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Población local

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

Ayuntamiento de Guadalajara

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(x) Sí ( ) No

Comentarios: …….

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (xx) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (x) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comentarios:.....

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

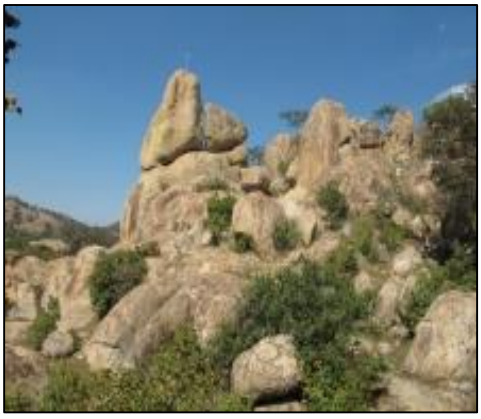
Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 56: El Diente



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 666880.69 m E, 2299876.21 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Es una zona de grandes rocas, que cuenta con más de 200 rutas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Escalada**
2. **Senderismo**
3. **Tirolesa**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*
Visitantes que gustan de practicar escalada, sin importar si desea iniciar en la actividad o si tienen experiencia en la misma.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso)*
Se generan cobros por clases particulares de escalada en el lugar.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Si se ingresa al sitio caminando no se cobra, solamente como la entrada es por un rancho, si se ingresa en coche se genera un costo de $30 aproximadamente.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Hay tours organizados por agencias pequeñas y en ocasiones las mismas organizan eventos para atraer visitantes.

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Existe un Festival Internacional El Diente para promover actividades entre quienes practican la escalada o climbing.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: Esto debido a que el atractivo principal que son las rocas son fáciles de ubicar.

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Caminando desde la entrada se genera un recorrido aproximado de 30 min.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (No aplica)

Comentarios: Al no ser un sitio que posea distintos atractivos no es indispensable contar con tanta información.

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: Hay una tienda a 20 minutos del sitio y una cadena comercial a 10 minutos si se acude en auto.

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Más que nada en lo que respecta a los deportes que se pueden llevar acabo.

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: En los últimos meses el sitio ha sido lugar de varios asaltos, por lo cual no es recomendable caminar por distancias muy largas.

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (No aplica)

Comentarios: Debido a que es un sitio natural.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:

NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 57: Géiseres de Ixcatán



MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:

Zapopan

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 670423.01 m E, 2311907.75 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
(X) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:

Zona geotérmica constituida por géiseres que brotan del subsuelo a 45°C con una gran presión. Alcanzan hasta 5 metros de altura arrojando vapor y agua a 80 y 90°C.

Se localiza al norte de la población de Ixcatán, tomando una brecha a la altura del kilómetro 26 de la Carretera Federal 54 Guadalajara - Saltillo, en la localidad de San Francisco de Ixcatán

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. Senderismo
2. Rappel
3. Camping

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Personas originarias de los alrededores de la zona, particularmente acuden en familia en las dos primeras estaciones del año.
En el caso de visitantes que asisten individualmente al sitio gozan de actividades de aventura y ecoturismo.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

La delegación de Ixcatán es las que se encarga de organizar excursiones al lugar.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: Es un sitio natural de acceso libre, únicamente se generan costos económicos si se solicitan recorridos con guías.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: …….

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

( ) Sí (X) No

Comentarios: Solamente en caso de que por decisión propia se visite el sitio se puede conocer más del lugar integrándose a los recorridos que se ofertan por parte de la delegación.

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios: Poseen entrada libre a todos quienes deseen visitarlo.

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes ***(¿****Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (No aplica **)**

Comentarios: Al ser un sitio natural presenta dificultades para algunos usuarios debido a los accidentes también naturales que presenta.

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios: No aplican los cargos al ser un sitio natural de acceso libre.

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (2)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios: No posee establecimientos comerciales debido a que no es un sitio que haya utilizado mucha promoción.

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Puede dar lugar a accidentes por el tipo de terreno.

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (No aplica)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

IDENTIFICACIÓN

FOTOGRAFÍA:



NOMBRE DEL RECURSO:

FICHA 58: Siete Cascadas

MUNICIPIO DONDE SE ENCUENTRA:
Tonalá

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA (UTM):
13N; 688163.78 m E, 2283593.65 m N

TIPO DE RECURSO (Marcar la opción a la que corresponda).

(X) Recurso natural
( ) Recurso cultural
( ) Recurso artesano/compras
( ) Recurso gastronómico
( ) Recurso de ocio/diversión

DESCRIPCIÓN

Descripción del recurso:
Pertenecen a un acantilado cañón ubicado a un costado del Cerro de la Reina de Tonalá. La cascada tiene 60 m. de altura y su barranca es una de las más altas.

Actividades turísticas *(Enumerar las actividades turísticas que ofrece el recurso).*

1. **Cañonismo**
2. **Rappel**
3. **Caminatas guiadas**
4. **Cabalgatas**
5. **Gotcha**

Perfil del turista *(Información acerca del perfil del turista, nº de visitas, procedencia, temporadas, etc.)*

Personas que disfrutan de deportes extremos y familias que gustan de los entornos naturales.
Es visitado con mayor afluencia en las dos primeras estaciones del año, ya que en época de lluvias el terreno se vuelve peligroso y en invierno el clima es muy frio, por lo que no es cómo realizar largas caminatas con ropas abrigadoras.

Gestión del recurso *(Tipo de gestión y organismo que se encarga del recurso).*

El predio de las Siete Cascadas es quien regula la entrada al sitio y quien realiza convenios con las empresas que desarrollan sus actividades particulares dentro del mismo.

Cobranza de ingreso *(¿Es necesario pagar para entrar?, ¿Existen descuentos a estudiantes, ancianos, etc?). Elija la opción correcta.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Se paga una cuota de $40 pesos por persona y se firma una carta responsiva al entrar.

Comercialización *(Ej.: ¿Está incluido el recurso en algún paquete turístico, tiene acuerdos con agencias, hoteles, está integrado en alguna ruta turística?). Elija opción correcta y describa en caso afirmativo.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: Tiene convenios con empresas que desarrollan actividades particulares dentro de la zona como el gotcha, la práctica de rappel, monta de caballo, etc..

Promoción *(¿Lleva a cabo el recurso acciones de promoción? ¿De qué tipo? Está incluido en acciones de promoción conjunta?). Escoja opción y describa.*

(X) Sí ( ) No

Comentarios: …….

EVALUACIÓN *(Valore de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente).*

Señalización externa *(Existe señalización para llegar al recurso)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Señalización interna *(La señalización interna permite guiarse cómodamente en el interior del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Accesibilidad *(Evalúa la accesibilidad al recurso, si es de fácil acceso, para todo tipo de usuarios, Parque o si aplica, etc.).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Accesibilidad para personas con capacidades diferentes (¿*Está adaptado el recurso para personas con capacidades diferentes?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Limpieza e imagen *(Evalúa la limpieza, estado de conservación e imagen del recurso).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Destino: *ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

Recepción e Información externa *(¿Existen horarios publicados al exterior, información sobre precios de entrada?, ¿Existe persona en recepción que ofrezca un buen servicio de información?).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Información interna *(Evalúe la información ofrecida en el interior del recurso, así como la interpretación)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Sanitarios y otros servicios básicos *(¿Existen elementos que apoyen y hagan agradable la visita? Ej.: Bancos que apoyen la visita).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios: Se oferta la realización de una gran variedad de actividades, por lo cual no se limita solamente a las cascadas, atrayendo a un sector de mercado más grande.

Alimentación *(Existencia y calidad de servicios de alimentación).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

Compras *(Existe tienda de souvenirs, artesanía en el recurso o cerca?, ¿Está diferenciada o es estandarizada?).*

1 2 3 4 5 (1)

Comentarios:.....

Sostenibilidad medioambiental *(¿Cómo evaluaría la preocupación ecológica del recurso? Tiene política de sostenibilidad, estudio de capacidad de carga, tratamiento de residuos tóxicos apropiados, reciclaje de basuras, etc.).*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios:.....

Singularidad *(¿Puede ser considerado un recurso diferenciado con respecto a otros del mismo tipo. ¿Despierta emoción en el visitante? ¿Tiene personalidad propia?)*

1 2 3 4 5 (4)

Comentarios: Por la adición de servicios a realizar en el lugar, y por no haberse cerrado solamente a la visita de las cascadas.

Seguridad *(¿El recurso se puede visitar con seguridad?)*

1 2 3 4 5 (5)

Comentarios:.....

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

Comunicación *(¿Existe wifi en el recurso, red de celular, teléfonos cercanos, cibercafés cercanos, etc?).*

1 2 3 4 5 (3)

Comentarios:.....

I. INVENTARIO DE SERVICIOS TURÍTSTICOS

1. CATÁLOGO DE HOTELES

#	Hotel	Dirección	Categoría	Teléfono	Observaciones
1	Abastos de occidente	Av. Lázaro Cárdenas 2412 Guadalajara Jalisco	3*	38111155	
2	Adriana	Victoriano Salado Álvarez # 275 Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación	36155806	
3	Alameda	Brillante 543, Sector Hidalgo Guadalajara, Jalisco	1*	36135701	
4	Albergues López Mateos	Avenida Colon Esquina Lázaro Cárdenas, (Unidad Departamental Lázaro Cárdenas)	Albergue- No sujeto a clasificación	38115628	
5	Alcázar	Av. Revolución No. 6 Zona Centro Guadalajara, Jalisco	4*	36 58 2121 3658 2131	
6	Alcázar Suites	Calzada Central # 29 Ciudad Granja Zapopan, Jalisco.	4*	36-27-07-12	
7	Alojamiento Nueva Central	Av. De Las Torres Sur # 6236	Clase económica	3600 0191	
8	América	Avenida Américas # 1251, Providencia	Suites- No sujeto a clasificación	38172123	
9	Américas	Esparta # 261, Loma Linda	Suites- No sujeto a clasificación	36301425	
10	Ana Isabel	Javier Mina 164, Sector Libertad Guadalajara, Jalisco	1*	3617 7920	
11	Arana hostería	Av. Tonalá No. 206, Tonalá, Jalisco.	Bed & Breakfast	3683-1881	
12	Aránzazu Centro histórico	Av. Revolución 110, Col. Centro	4*	3942-4042	
13	Aránzazu Eco	Av. Revolución 120, Col. Centro	3*	3942-4060	
14	Arboledas Expo	Paseo de la Arboleda 1302, Residencial del Bosque	3*	1057 8266	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

		Guadalajara, Jalisco			
15	Arboledas Galerías	Av. Vallarta 5281 Col. Real Vallarta Guadalajara, Jalisco	4*	(33) 3915 3275	
16	Arboledas Industrial	Calzada Gobernador Curiel 2764 Zona Industrial CP 44940 Guadalajara, Jalisco	3*	(33) 1057 8172	
17	Arbórea	López Mateos Sur No. 265 Zona Minerva, Guadalajara, Jalisco, México	4*	31214700	
18	Aurora Suites	Amatista #2558 Colonia: Residencial Victoria Municipio: Zapopan	3*	3122 6566	
19	Astur	Calzada Independencia Sur #298 Col. Centro Guadalajara	3*	3613 6808	
20	Azteca	Javier Mina 311 Guadalajara, Jalisco	3*	3617 7465	
21	Azul	Calzada del Ejercito #755 Col. El Periodista Cp. 44430 Guadalajara	Económico	3619 9208	
22	Bahía	Belisario Domínguez #673 Col. La Perla Guadalajara	2*	3651 3548	
23	Beds & travel	Venezuela No. 758, , entre Francia y España, Col. Moderna	hostal	381 23159	
24	Bella Vista	5 De Febrero # 289	Casa de huéspedes	36190162	
25	Best Western Plaza Génova	Avenida Juárez 123 Centro histórico de Guadalajara	4*		
26	Brazil	Calzada Independencia Norte #1231 Col. Independencia Guadalajara	1*	3637 3918	
27	Cactus	Javier Mina #153 Col. Centro Tonalá	3*	3683 2176	
28	Calzada	Calzada Independencia Sur #808 Col. Sector Juárez Guadalajara	1*	3614 6728	
29	Camino Real	Av. Vallarta #5005 Col. Residencial Chapalita Guadalajara	Gran Turismo	3134 2424	
30	Canadá	Estadio #77 Col. Centro Guadalajara	3*	3619 4014	

31	Caprice	Carretera A Los Altos # 202	Motel de paso	36357194	
32	Carolina Suites	Av. López Mateos Sur #3848, Col La Calma Zapopan, Jalisco México	4*	36313628	
33	Casa Abril	Escorza No. 195, entre López Cotilla y Madero	Casa de huéspedes	3827 2185	
34	Casa alebrijes	Libertad 1016 Entre Ocampo y Donato Guerra	Gay friendly Boutique	3614 5232	
35	Casa armonía	Reforma #43 Col. Centro Tlaquepaque	Boutique y spa	3563 3218	
36	Casa campos	Francisco de Miranda #30-A Col. Centro Tlaquepaque	Bed & Breakfast	3838 5297	
37	Casa del retoño	Matamoros #182 Col. Centro Tlaquepaque	Bed & Breakfast	3587 3989	
38	Casa de Huéspedes	Damián Carmona # 524 Guadalajara	Casa de huéspedes	36437981	
39	Casa de las flores	Santos Degollado #175 Col. San Pedro Tlaquepaque Tlaquepaque, Jalisco	Bed & Breakfast	3659 3186	
40	Casa de las palomas	Anesagasti #125 Col. Centro Tonalá	3*	3683 5542	
41	Casa grande aeropuerto	Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo #S/N Col. Ciudad de Guadalajara Tlajomulco de Zúñiga	5*	3678 9000	
42	Casa Hotel del maestro	Herrera Y Cairo # 666, Centro Guadalajara	Clase económica	36134240	
43	Casa Madonna	Av. La Paz #2275 Col. Americana Guadalajara	Gran Turismo	3615 9012	
44	Casa Pedro Loza	Pedro Loza #360 Col. Centro Guadalajara	Boutique	1202 2423	
45	Casa Tlaquepaque	Juárez #427 Col. San Pedro Tlaquepaque	Boutique	3659 5297	
46	Casino plaza	Pedro Moreno #726 Col. Centro uadalajara	4*	3614 0223	
47	Castilla y león	González Ortega #77 Col. Centro Cp. 44200 Guadalajara	4*	1378 3838	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

48	Celta	Mariano Otero #1570 Col. Rinconada del Sol Zapopan	4*	3880 0222	
49	Central	28 de Enero #739 Col. San Carlos Cp. 44460 Guadalajara	Económico	3619 8781	
50	Cervantes	Prisciliano Sánchez #442 Col. Centro Guadalajara	4*	3613 6846 / 6686	
51	Chapala	José María Mercado #84 Col. San Juan de Dios Guadalajara	1*	3617 7159	
52	Chapalita	Antonio Valeriano # 2919 Zapopan	Apartamentos- No sujetos a clasificación	31214405	
53	City Express Expo Guadalajara	Av. Mariano Otero 1390, Rinconada del Sol	4*	3880-3700	
54	City Junior Periférico Sur	Periférico Sur #5964 Col. Artesanos Tlaquepaque	3*	3668 5630	
55	Clarum 101	Parque Juan Diego 101, Col. Chapalita	Boutique	1201-7507	
56	Club Golden Shores Plaza del Sol	Avenida López Mateos Sur # 2375 Zapopan	Apartamentos- No sujetos a clasificación	38800600	
57	Code Jalisco	Avenida Alcalde # 1360, Miraflores Guadalajara	Albergue- No sujeto a clasificación	36530011	
58	Colón	Revolución Poniente #12 Col. Centro Guadalajara	3*	3613 3390	
59	Consulado	López Cotilla #1405 Col. Americana Guadalajara	3*	3827 2287	
60	Continental	Av. Ramón Corona #450 Col. Centro Guadalajara	3*	3614 1117	
61	Costa brava	Calzada Independencia Sur #739 Col. Sector Reforma Guadalajara	2*	3619 2324	
62	Country Plaza	Prolongación Av. Américas #1170 Col. Fraccionamiento Jacarandas Zapopan	4*	3208 4633	
63	Crismary	Callejón Del Arco # 4290, Villa Universitaria Zapopan	Apartamentos- No sujetos a	36100020	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

			clasificación		
64	Crowne Plaza Guadalajara	Av. López Mateos Sur #2500 Col. Ciudad del Sol Zapopan	Gran Turismo	3634 1034	
65	Cypreses	Calzada Central #265 Col. Ciudad Granja Zapopan	4*	3627 3503	
66	D sophia	Calle San Felipe #752 esquina con calle Puebla Centro histórico, Guadalajara	hostal	33 34 51 44	
67	Dali Plaza	Pedro Moreno #570 Col. Centro Guadalajara	3*	3613 0420	
68	Del Carmen	Jacobo Gálvez #45 Col. Centro Guadalajara	Boutique	3614 2640	
69	Del Centro	Pavo # 47, Centro Guadalajara	Clase económica	36140350	
70	Del Parque	Av. Juárez #845 Col. Centro Guadalajara	3*	3825 2800	
71	De la salud	Anarco #973 Col. Las Conchas Guadalajara	Económico	3650 0526	
72	De Mendoza	Venustiano Carranza #16 Col. Centro Histórico Guadalajara	4*	3942 5151	
73	Demetria	Av. De la Paz # 2219. Col. Lafayette	Boutique	3818-0060	
74	Don Quijote Plaza	Héroes #91 Col. Centro Guadalajara	4*	3658 1299	
75	Donde el Indio duerme	Independencia #74Col. Centro Tlaquepaque	1*	3635 2189	
76	Dorado	López Cotilla #320 Col. Centro Zapopan	Económico	3633 1251	
77	Doral	Camino A Las Moras # 120, Santa Anita Tlaquepaque	Motel de paso	36863610	
78	Dunas	Carretera A Morelia, Km. 13.5 Tlaquepaque	Motel de paso	36863970	
79	Edición uno	Pedro Moreno #1543 Col. Americana Guadalajara	Boutique	3615 1998 / 24	
80	Ejecutivo Express	Av. México #2920 Col. Terranova Guadalajara	4*	3648 1515	
81	El águila	Insurgentes # 12	1*	36176424	

82	El aposento	Francisco I. Madero #545 Guadalajara	3*	36141612	
83	El Cactus	Javier Mina # 155, Centro Tonalá	3*	36832176	
84	El Conquistador	Javier Mina # 1715 Guadalajara	Clase económica	36441417	
85	El León	Calzada Independencia Sur # 557 Guadalajara	1*	36196141	
86	El Mante	Periférico Sur # 9500, El Mante Tlaquepaque	Motel de paso	36327337	
87	El Mesón Ejecutivo	Av. México #2747 Col. Terranova Guadalajara	4*	3882 1050	
88	El mesón	Venustiano Carranza #20-A Col. Centro Tonalá	1*	3683 2840	
89	El Pino	Pino Suarez # 333, Centro Guadalajara	2*	36581727	
90	El sinaloense	Díaz Mirón # 13, Sector Reforma Guadalajara	Clase económica	36180701	
91	El sol	Grecia #180 Col. Centro Guadalajara	1*	3613 9338	
92	El tapatío	Boulevard Aeropuerto #4275 Col. El Tapatío Tlaquepaque	5*	3837 2929	
93	El tesoro	Prolongación Colon # 4980, Santa María Tequepexpan Tlaquepaque	Motel de paso	36455745	
94	Estación	Calzada Independencia #1297 Col. Rincón del Agua Azul Guadalajara	2*	3619 0281	
95	Estadio	Estadio #72 Col. Las Conchas Guadalajara	Económico	3619 1958	
96	Estancia Don José	Pino Suarez No. 169 - 3, Centro Zapopan	1*	3836 9775	
97	Estrella	Cerro Azul # 1287 Guadalajara	Clase económica	36371187	
98	European life style Executive suites and galery	Av. Guadalupe #4885 Col. Jardines de Guadalupe Zapopan	4*	1380 0909	
99	Expo Hotel Guadalajara	Av. Mariano Otero #1210 Col. Jardines del Bosque Guadalajara	4*	3122 7255	

100	Fénix	Corona # 160, Col. Centro	4*	3614-5714	
101	Festival Plaza	Carr. Guadalajara- Zapotlanejo Km 1 Tlaquepaque	4*		
102	Fiesta	Avenida De Los Deportes # 441, Auditorio Zapopan	Motel de paso	36726107	
103	Fiesta Americana	Aurelio Aceves #225 Col. Vallarta Poniente Guadalajara	Gran Turismo	3818-1400	
104	Fiesta Americana Grand Country Club	Av. Américas #1551 Col. Providencia Guadalajara	Gran Turismo	3648-3500	
105	Fiesta Inn Expo	Av. Mariano Otero #1550 Col. Rinconada del Sol Zapopan	4*	3669 3200	
106	Flamingos	Calzada Independencia Sur #725 Col. Las Conchas Guadalajara	1*	3619 9921	
107	Formosa	Avenida Revolución # 1905 Guadalajara	Clase económica	36354665	
108	Francés	Maestranza #35 Col. Centro Cp. 44100 Guadalajara	4*	3613 1190	
109	Fresas	Margil De Jesús # 127	Clase económica	36176753	
110	Fresno	Guamúchil #1309 Col. Del Fresno Guadalajara	1*	3810 4480	
111	Fuente del Bosque	Niños Héroes #2655 Col. Jardines del Bosque Guadalajara	4*	3122 0214	
112	Futura del Sol	Obsidiana No. 1791, Residencial Victoria Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	31218513	
113	Galería Tonalá	Fco. I Madero #22 Tonalá	3*		
114	Galerías Plaza	Morelos No 1281 Guadalajara	hostal		
115	Galerías Plaza	Álvaro Obregón #229 Sector Libertad Guadalajara	3*	3618 1849	
116	Galicia	Gómez Farías #324 Col. Sector Reforma Guadalajara	1*	3617 3248	

117	Gallo Rubio	Gigantes #287 Col. Oblatos Guadalajara	1*	3617 1410	
118	Garden	Avenida López Mateos # 9060 Tlajomulco de Zúñiga	Motel de paso	36864141	
119	Geranios	Rinconada Del Geranio # 3535 Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación	36301425	
120	Gran Canadá	Dr. R. Michel #218 Col. Las Conchas Guadalajara	3*	3619 2092 / 2274	
121	Gran Hotel El Águila	Insurgentes #12 Col. Centro Guadalajara	Económico	3618 7411	
122	Gran Via	Avenida Washington # 1025, Moderna Guadalajara	Motel de paso	36191744	
123	Guadalajara	Av. Vallarta #3305 Guadalajara	Motel	3647 9676	
124	Guadalajara Plaza	Av. López Mateos Sur #2128 Col. Chapalita Zapopan	4*	3208 4400	
125	Guadalajara Express	Av. Tonalá #379 Tonalá	3*		
126	Guadalajara Plaza Expo Bussines class	Av. Mariano Otero #3261 Col. Verde Valle Guadalajara	4*	3669 0215	
127	Guadalupe	5 De Febrero # 196 - A Guadalajara	1*		
128	Haciendas de Oblatos	Av. Circunvalación Oblatos #2296 Col. Oblatos Popular Guadalajara	3*	3655 4507	
129	Hacienda la magdalena hotel y eventos	Carretera a Colotlán #1701 (km 1.7) Col. La Magdalena-Tesistán Zapopan	Boutique	38970648 y 38970392	
130	Hacienda la Moreda Hotel Boutique	Camino a Muyutan No. 799, Tlajomulco de Zúñiga	5*	3632 0055	
131	Hacienda del sol	Cruz Blanca #44 Col. Centro Tonalá	4*	3683 0275	
132	Hacienda Real	Carretera A Colima Km. 17.5 Tlaquepaque	Motel de paso	36860432	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

133	Hamilton	Madero #381 Col. Guadalajara	1*	3614 6726	
134	Hampton Inn Guadalajara expo	Av. de las Rosas #3030 Col. Chapalita Guadalajara	4*	1598 9000	
135	Hampton Inn Guadalajara Aeropuerto	Carretera a Chapala #7012 Col. Las Pintas Guadalajara	5*	3164 1800	
136	HG hotel	Av. Vallarta #5281 Col. Residencial Real Vallarta Zapopan	4*	3915 3275	
137	Hidalgo	Hidalgo #14 Col. Centro Guadalajara	1*	3613 5067	
138	Hilton Guadalajara	Av. de las Rosas #2933 Col. Rinconada del Bosque Guadalajara	Gran Turismo	3678 0505	
139	Holiday Inn Express ITESO	Av. Camino al ITESO #8650 A10 Col. Santa María Tequepexpan Tlaquepaque	4* 3diamantes	3884 1234	
140	Holiday Inn centro histórico	Av. Juárez #211 Col. Centro Guadalajara	5*	3560 1200	
141	Holiday Inn Express Expo	Av. Mariano Otero #2397 Col. Residencial Victoria Guadalajara	4*	5000 8080	
142	Holiday Inn Express Guadalajara UAG	Av. Patria #999 Col. Vallarta Poniente Guadalajara	5*	3122 2020	
143	Holiday Inn Select Guadalajara	Av. Niños Héroes #3089 Col. Jardines de los Arcos Guadalajara	5*	3122 2020	
144	Hospedarte Hostel	Efraín González Luna #2075 Col. Americana Guadalajara	hostal	3615 4957	
145	Hostal Casa Libertad	Av. Libertad #1872 Col. Americana Guadalajara	hostal	3825 7000	
146	Hostal Casa Vilasanta	Rayón #170 Col. Centro Guadalajara	hostal	3124 1277	
147	Hostal Casa Zalaoui	Madero #764 Col. Americana Guadalajara	hostal		
148	Hostal de brujas	Pedro Loza #420 Col. Barrio el Santuario Guadalajara, Jalisco	hostal	3614 3501	
149	Hostal de María	Nueva Galicia #924 Col. Centro	hostal	3614 6230	

		Guadalajara			
150	Hostal Don Felipe	Nicolás Romero # 21, Col. Mezquitan Country, Guadalajara	hostal	3825 0776	
151	Hostal Expiatorio	Rayón #135 Col. Americana Guadalajara	hostal	3825 7278	
152	Hostal Galería Guadalajara	Morelos #1281 Col. Americana Guadalajara	hostal	3825 3801	
153	Hostal hostelito Inn	Av. Alcalde #409 Col. Centro Guadalajara	hostal	1592 3829	
154	Hostal Rojo	Morelos #1561 Col. Americana Guadalajara	hostal	1523 8477	
155	Hostal Bed's n Travel	Venezuela #758 Col. Moderna Americana Guadalajara	hostal	3812 3159	
156	Hostalia hotel	Av. Lázaro Cárdenas Pte. #2780, Col. Jardines del Bosque Guadalajara	4*	3880 7255	
157	Hostal Vallarta	Rayón No. 135, entre Av. Vallarta y López Cotilla, Col. Americana Guadalajara	hostal	3825 7278	
158	Hostel Degollado	Degollado #20 Col. Centro Guadalajara	hostal	3613 6331	
159	Hostel del Refugio	Juan Álvarez #927 Col. Centro Guadalajara	hostal	1592 6242	
160	Hostel HI Guadalajara Centro	Maestranza #147 Col. Centro Guadalajara	hostal	3562 7520	
161	Hostel Hi Hospedarte Chapultepec	Efraín González Luna No. 2075, Col. Americana, a media cuadra de Av. Chapultepec Guadalajara	hostal	3615 4957	
162	Hostel Lion	Miguel de Cervantes Saavedra #6 Col. Americana Guadalajara	hostal	4040 5751	
163	Hostel Lit Gdl	Degollado #413 Col. Centro Guadalajara	hostal	1200 5505 / 36	

164	Hostel Plaza Liberación	Morelos #247 Col. Centro Guadalajara	hostal	3614 4504	
165	Hotel 52	Castillanos y Tapia #259 Col. Oblatos Guadalajara	Económico	3643 9447	
166	Hotel Centro Médico	Belisario Domínguez No. 778 - A, Lomas Independencia Guadalajara	2*	3849 5394	
167	Hotel Hi, by Intercity	Periférico Poniente No. 5400-A, Col. San Juan de Ocotán	3*	3110 1570	
168	Hotel Petit María José	Av. La Paz No. 1877, esq. Colonias, Col. Americana Guadalajara	4*	3334 1716	
169	Hotel Posada Gloria	Hipódromo No. 13, Col. San Pedrito Tlaquepaque	3*	1203 6187	
170	Hotel Real de Zapopan	Gómez Farías No. 231, Centro Zapopan	4*	1454-3350	
171	Hotel Rinconcito	Morelos #1613 Col. Americana Guadalajara	hostal	3825 0584	
172	Hotel y Suites Vagabundo	Rincón de las Ceivas #72 Col. Rinconada del Sol Zapopan	3*	3121 9402	
173	Hoteles Hi!	Av. Periférico Norte #5400-A Col. Puertas del Tule Zapopan	3*	3110 1570	
174	Hotelito de las colonias	Calle Colonias No.619, Col. Moderna Entre las calles Francia y Alemania Guadalajara	5*	3811 8200	
175	Howard Johnson	Av. Lázaro Cárdenas #1060 Col. Fraccionamiento 8 de julio Guadalajara	4*	3915 2121	
176	Ibeurohotel	Av. Mariano Otero #3235 Col. Fracc. Verde Valle Guadalajara	3*	3134 3230	
177	Ibis Guadalajara Expo	Av. Mariano Otero #1400 Col. Jardines del Bosque Guadalajara	4*	3880 9600	
178	Ideal	Álvaro Obregón #1240 Col. San Andrés Guadalajara	Económico	3643 9371	
179	Imperial	Javier Mina #180 Col. Sector Libertad CP. 44360 Guadalajara	3*	3586 5718	

180	Independencia	Grecia #48 Col. Sector Juárez Guadalajara	1*	3613 1798	
181	Intercity 100	Periférico Pte. 5400 Zapopan	3*	3110 1468	
182	Isabel	José Gpe. Montenegro #1572 Col. Americana Guadalajara	4*	3826 2630	
183	Isla Hawaii Hotel & Hostel	Av. Alemania #1270 Col. Moderna Guadalajara	2*	3614 9912	
184	Jacarandas	Federalismo Norte #2914 Col. Atemajac del Valle Zapopan	3*	3672 0172	
185	Jacarandas Chapalita	Av. De Las Rosas # 146	Apartamentos- No sujetos a clasificación	3121 5072	
186	Jalisco	Álvaro Obregón #833 Col. Reforma Guadalajara	Clase económica	3617 0061	
187	Janeiro	Álvaro Obregón #95 Col. San Juan de Dios Guadalajara	2*	3617 5063	
188	Jorge Alejandro	Hidalgo # 656 Y Mariano Bárcenas Guadalajara	2*	36581051	
189	Juárez	Los Ángeles No. 159 Guadalajara	Clase económica	3650 0875	
190	La calandria	Estadio #100 Col. Las Conchas Guadalajara	2*	3619 6579	
191	La casa del retoño	Matamoros #182, Col. Tlaquepaque Centro, Tlaquepaque	Bed & Breakfast	3639-6510	
192	La estancia	Av. Mariano Otero #2407 Col. Residencial Victoria Zapopan	4*	3631 8078	
193	La Hacienda Galería Hotel	Prisciliano Sánchez No.113, Centro Tlaquepaque	3*	1202 3473	
194	La mansión del sol	Av. Moctezuma #1596 Col. Cd. del Sol Guadalajara	5*	3647 4762	
195	La Paz	Avenida De La Paz # 1091 Guadalajara	2*	3613 3007	

196	La Perla	Prado #128 Col. Americana Guadalajara	5*	3334 9673	
197	La rotonda	Liceo #130 Col. Centro Guadalajara	4*	3658 0224	
198	Lafayette	Av. de la Paz #2055 Col. Americana Guadalajara	4*	3615 0252	
199	Las américas	Av. Hidalgo #76 Col. Sector Hidalgo Guadalajara	2*	3613 9622	
200	Las Flores	Rincón De Las Ceibas # 72, Rinconada Del Sol Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	36476582	
201	Las Flores	Agustín De La Rosa # 833 Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación	31219402	
202	Las pérgolas	Morelos #2244 Col. Ladrón de Guevara Guadalajara	4*	3615 0088 / 0565	
203	Latino	Prisciliano Sánchez #74 Col. Centro Cp. 44100 Guadalajara	2*	3614 4484	
204	León	Calzada Independencia Sur #557 Col. Centro Guadalajara	1*	3619 6141	
205	Lisboa	Huerto #20 Col. Centro Guadalajara	1*	3614 2527	
206	Loma Bonita	Avenida López Mateos Sur # 3800 Zapopan	Motel de paso	36315097	
207	Loma Linda	Avenida Colon # 4292, El Sauz Tlaquepaque	Motel de paso	36455624	
208	Lor	Avenida Vallarta # 4925 Zapopan	Motel de paso	36296930	
209	Los Altos	Carretera Guadalajara - Zapotlanejo, Km.1.5, Lomas De San Miguel Tlaquepaque	Motel de paso	36398127	
210	Los Pinos	Carretera A Los Altos # 500 Tlaquepaque	Motel de paso	36577136	
211	Luar	Av. Revolución #1905 Col. La Loma	1*	3635 4665	

		Guadalajara			
212	Madrid	20 de Noviembre #775 Col. Antigua Central Camionera Guadalajara	1*	3619 8971	
213	Malibu	Av. Vallarta #3993 Col. Don Bosco Vallarta Cp. 45040 Zapopan	5*	3121 7782	
214	Manzanillo	Estadio #14 Col. Las Conchas Guadalajara	1*	3613 1111	
215	Margarita	Eca Do Queiros # 4977 Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	36731176	
216	Marisol	Tezozomoc # 409 Zapopan	Apartamentos- No sujetos a clasificación	36311932	
217	Marsella	Avenida Vallarta # 3052 Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación		
218	Maya	Av. López Cotilla #39 Col. Sector Juárez Guadalajara	2*	3614 5454	
219	Metropolitan	Calzada Independencia Sur #278 Col. Centro Barranquitas Guadalajara	3*	3613 2458	
220	México 70	Av. Javier Mina #230 Col. San Juan de Dios Guadalajara	1*	3617 9978	
221	México Plaza Puerta de Hierro	Av. Real Acueducto #360 Col. Puerta de Hierro Zapopan	5*	3839 4250	
222	Mi hotelito	Emiliano Zapata # 73, Centro Tonalá	Clase económica	36832465	
223	Mina	Castellanos Y Tapia # 69, (Calle 52) Guadalajara	Motel de paso	36439322	
224	Mi pueblito	Javier Mina #177 Tonalá	2*		
225	Mi viejo refugio	5 de Mayo #30 Tlaquepaque	4*	3639 6479	

226	Minerva	Circunvalación Agustín Yáñez #2745 Col. Arcos Sur Cp. 44130 Guadalajara	3*	3616 3180	
227	Misión Carlton	Av. Niños Héroes #125 Col. Centro Cp. 45400 Guadalajara	5*	3614 7272	
228	Mónaco	5 de Febrero #152 Col. Sector Reforma Cp. 44460 Guadalajara	1*	3619 0019	
229	Morales	Av. Corona #243 Col. Centro Guadalajara	4*	3658 5232	
230	Moralva Suites	Av. Vallarta No. 2477 Col. Arcos Vallarta Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación	3615 4805	
231	Motor Hotel Américas	Av. López Mateos Sur No. 2400 Guadalajara, Jalisco	4*		
232	Navarro	Belisario Domínguez #625 Col. San Juan de Dios Guadalajara	1*	3617 3558	
233	Nayarit	Los Ángeles # 233 Guadalajara	1*	3650 3478	
234	NH Guadalajara	Sao Paulo #2334 Col. Providencia Guadalajara	Gran Turismo	3648 9500	
235	Nido	Insurgentes # 131, Centro Guadalajara	Clase económica	36185017	
236	Nilo	Clemente Aguirre # 8 Guadalajara	Clase económica		
237	Niza	Carretera A Los Altos # 552 Tlaquepaque	Motel de paso	36574522	
238	Nogales	Carretera A Vallarta # 1220 Zapopan	Motel de paso	36821433	
239	Nueva Galicia	Av. Corona #610 Col. Centro Guadalajara	3*	3614 8780	
240	Nueva York	Calzada Independencia Sur #43 Col. Centro Guadalajara	3*	3617 6110	
241	Nuevo hotel	Calzada Independencia Sur #298 Col. Sector Juárez Guadalajara	1*	3614 4913	
242	Nuevo hotel Lux	Calzada del Ejército #268 Col. Sector Reforma Guadalajara	2*	3617 4580	

243	Nuevo Real Guadalajara	Av. Vallarta #5549 Col. Real Vallarta Zapopan	4*	3629 8612	
244	Nuevo Vallarta	Av. Vallarta #3999 Col. Don Bosco Vallarta Zapopan	3*	3121 2095	
245	Oasis	Jacinto López # 1071 Guadalajara	Motel de paso	38540858	
246	Occidental	General Villa Gómez #17 Col.: Centro Guadalajara	1*	3613 8406	
247	One centro	Av. 16 de Septiembre #16 Col. Centro Guadalajara	3*	3942 4350	
248	One periférico norte	Av. Valle de San Isidro #530-1 Col. Bosques de San Isidro Zapopan	3*	3055 0000	
249	One Tapatío	Carretera a Chapala 3220, Fracc. Revolución Tlaquepaque	3*	38 37 98 60	
250	Ontario	Calzada Independencia Sur #137 Col. Anarco Guadalajara	1*	3617 8099	
251	Oro	Juan De Dios Robledo # 42, (Calle 56) Guadalajara	Clase económica	36555366	
252	Pacífico	Los Ángeles #27 Col. Sector Reforma Guadalajara	1*	3619 6632	
253	Palace de la Victoria	Turquesa # 2118, Col. Residencial Victoria Zapopan	3*	3121 2268	
254	Palacio	Calzada del Ejército #660 Col. Quinta Velarde Guadalajara	3*	3619 9262	
255	Palacio de los Cesares	Textiles # 3074, Fraccionamiento Industrial Tlaquepaque	Motel de paso		
256	Palma	Carretera A Los Altos # 3800, San Pedrito Tlaquepaque	Motel de paso	36001511	
257	Paradise Real Guadalajara	Periférico Sur #7200 Col. Industrial El Camino Tlaquepaque	4*	3133 0138	
258	Paraíso	Obregón # 1490 Guadalajara	Motel de paso	36439210	
259	Paris	Calzada Independencia Norte # 73 Guadalajara	1*	36133069	

260	Pensión Pino Suarez	Pino Suarez # 127, Centro Zapopan	1*	36330319	
261	Pequeño hotel ejecutivo	Mixcoatl #524 Col. Ciudad del Sol Zapopan	5*	3121 3764	
262	Platinium	Clavel No. 61 A, entre 16 de Septiembre y Zaragoza Tonalá	3*	3683 6342	
263	Platino	Gigantes #2389 Col. San Andrés Guadalajara	Clase económica	3643 5746	
264	Play Boy	Periférico Norte # 339, Auditorio Guadalajara	Motel de paso	36606608	
265	Plaza Diana	Circunvalación Agustín Yáñez #2760 Col. Arcos Guadalajara	4*	3540 9700	
266	Plaza Los Reyes	Calzada Independencia Sur #168 Col. Centro Guadalajara	4*	3613 9781	
267	Porto Alegre	Prisciliano Sánchez #322 Col. Centro Cp. 44100 Guadalajara	3*	1596 7460	
268	Portobelo	Av. Juárez #687 Col. Centro Guadalajara	3*	3614 6714	
269	Portonovo Plaza Centro	Calzada Independencia #482 Col. Centro Guadalajara	4*	3614-1405	
270	Portonovo Plaza Expo	Av. López Mateos Sur #2400 Col. Ciudad del Sol Zapopan	4*	3915 9600	
271	Posada de la media luna	Juárez #36 Col. Centro Tlaquepaque	1*	3635 6054	
272	Posada del Marqués	Victoriano Salado Álvarez #72 Col. Ladrón de Guevara Guadalajara	4*	3630 3206	
273	Posada Guadalajara	Av. López Mateos Sur #1280 Col. Chapalita Guadalajara	4*	3121 2022	
274	Posada Hidalgo Inn	Av. Hidalgo #1135 Col. Americana Guadalajara	4*	3827 2441	
275	Posada Hotel Gloria	Pino Suarez # 273, Centro Zapopan	Clase económica	3656 0556	
276	Posada Mirador	Volcán Hueytepec #5784 Col. El Mirador Guadalajara	3*	3603 7803	

277	Posada Los Nicolases	Av. Vallarta #5501 Col. Prados Vallarta Zapopan	2*	3629 4954	
278	Posada Regis Guadalajara	Av. Corona #171 Col. Centro Histórico Guadalajara	3*	3613 3026	
279	Posada Sagun Santa Ana	Javier Mina # 370, Centro Zapopan	Clase económica	36566867	
280	Posada San Miguel Inn	Av. Hidalgo #1082 Col. Ladrón de Guevara Guadalajara	4*	3827 1327	
281	Posada San Pablo	Francisco I. Madero #429 Col. Centro Histórico Guadalajara	3*	3614 2811	
282	Posada San Rafael	López Cotilla No. 619 Guadalajara, Jalisco	1*		
283	Posada Santa Fe	Callejón del Muro # 4350 Col. Villa Universitaria, Zapopan, Jalisco.	3*	331205882	
284	Posada Virreyes	Calzada Lázaro Cárdenas #340 Col. Álamo Oriente Tlaquepaque	4*	3657 8808	
285	Praga	28 De Enero # 733 - A Guadalajara	1*	36199816	
286	Premier	Avenida Vallarta # 5555 Guadalajara	Motel de paso	36271647	
287	Presidente Intercontinental Guadalajara	Av. Moctezuma #3515 Col. Ciudad del Sol Zapopan	Gran Turismo	3678 1234	
288	Puerta del sol	Av. López Mateos Sur #4205 Col. La Giralda Zapopan	4*	3133 0808	
289	Puerto Vallarta Motel	Av. Vallarta No. 4003 Guadalajara, Jalisco	2*		
290	Quinta Ana Laura	Av. Carril No. 1000, La Primavera Zapopan	3*	3151 1201	
291	Quinta Don José	Reforma #139 Col. Centro Cp. 45500 Tlaquepaque	Gran Turismo	3635 7522	
292	Quinta Florida	Carretera Chapala # 7816, Km. 9 Guadalajara	Motel de paso	36951225	
293	Quinta Magna Hotel and Suites	Av. Vallarta #4845 Col. Prados Vallarta Zapopan	4*	3629 8282	

294	Quinta Real	Av. México #2727 Col. Vallarta Norte Guadalajara	Gran Turismo	3669 0600	
295	Ramada Encore	López Mateos Sur #1710-B Col. Santa Isabel Tlajomulco de Zúñiga	4*	3898 6000	
296	Real del sol	Lázaro Cárdenas No. 1921, Col. Del Sur Guadalajara	4*	3811-4809	
297	Real Inn Expo by Camino Real	Av. Mariano Otero #1326 Col. San Diego Chapalita Guadalajara	4*	3880 7700	
298	Real Tonalá	Av. Tonalá No. 379, entre Plaza y siete leguas	3*	3070 0692	
299	Real Zapopan	Gómez Farías #231 Col. Centro Histórico Zapopan	4*	1454 3350	
300	Residencia los ángeles	Juan N. Cumplido #580 Col. Sector Hidalgo Guadalajara	3*	3825 1017	
301	Residencia San Martin	General San Martín #123 Col. Americana Guadalajara	Boutique	3336 8135	
302	Retiro La hacienda	Periférico Poniente # 2300, Colli Zapopan	Motel de paso	36270264	
303	Retiro Saltillo	Prolongación Alcalde # 815 Guadalajara	Motel de paso		
304	RIU Plaza Guadalajara	Av. López Mateos #830 Col. Fracc. Chapalita Guadalajara	5*	3880 7500	
305	Roma	Av. Juárez #170 Col. Centro Guadalajara	4*	3614 8650	
306	Rosa Morada	Morelos #270 Col. Centro Tlaquepaque	4*	3657 0627	
307	Royal	Los Ángeles #115 Col. Sector Reforma Guadalajara	1*	3619 8473	
308	Royal City Hotel	Av. La Paz No. 939, entre Manzano y Colón Guadalajara	4*	3658 5633	
309	Rusia	Rusia # 1178 Guadalajara	Apartamentos- No sujetos a	36192557	

			clasificación		
310	Santiago de Compostela	Colón #272-A Col. Centro Guadalajara	4*	3613 8880	
311	San Francisco Plaza	Degollado #267 Col. Centro Histórico Guadalajara	4*	3613 3256	
312	San Jorge	Javier Mina #284 Col. La Perla Guadalajara	1*	3617 7997	
313	San José	5 de Febrero #116 Col. San Carlos Guadalajara	3*	3619 2811	
314	Scalla	Carretera A Chapala # 7500 Tlajomulco de Zúñiga	Motel de paso	36892321	
315	Sena	Av. de los Ángeles #191 Col. San Carlos Guadalajara	1*	3650 3713	
316	Sevilla	Prisciliano Sánchez #413 Col. Centro Guadalajara	3*	3614 9037	
317	Sexto Sol	Av. Alemania No. 1270 Guadalajara	hostal	3614 9912	
318	Spa Rio Caliente	Carretera A Nogales Km. 17 Zapopan	3*	31510887	
319	Stay Bridge Suites	Av. Mariano Otero 2582, Rncda. del Sol, Guadalajara, Jalisco	5*	3880 3600	
320	Suites Aurora	Amatista #2558 Col. Residencial Victoria Zapopan	3*	3122 6566	
321	Suites Bernini	Av. Vallarta #1881 Col. Americana Guadalajara	4*	3616 0858	
322	Suites Carolina	Av. López Mateos #3848 Col. La Calma Zapopan	4*	3631 4158	
323	Suites Chapalita	Av. López Mateos Sur #1617 Col. Chapalita Guadalajara	3*	3122 7710	
324	Suites Country club	Circunvalación Álvarez del Castillo #1482 Col. Chapultepec Country Guadalajara	4*	3823 0463	
325	Suites de las naciones	Avenida Naciones Unidas # 4671, Jardines Universidad Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	36293229	

326	Suites del real	Av. López Mateos #5045 Col. La Calma Zapopan	4*	3631 4075	
327	Suites futura del sol	Obsidiana No.1791 Guadalajara, Jalisco	3*		
328	Suites internacional	San Ignacio No. 63 Guadalajara, Jalisco	Suites- No sujeto a clasificación		
329	Suites lila	Juan Palomar y Arias #261 Col. Fracc. Monraz Guadalajara	4*	3813 1152 / 59 / 66	
330	Suites Margarita	Gral. Eulogio Parra #3190 Col. Prados Providencia Guadalajara	4*	3641 6363	
331	Suites Moctezuma	Moctezuma #182 Col. Ciudad del Sol Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	3122 1573	
332	Suites Naciones Unidas	Av. Naciones Unidas #4671 Col. Jardines Universidad Zapopan	3*	3629 3229	
333	Suites Navata	Rinconada de las Praderas # 2170 Col. Rinconada del bosque Guadalajara	Suites- No sujeto a clasificación	3671 3214	
334	Suites Villa Sol	Av. Las Fuentes #68 Col. Las Fuentes Zapopan	3*	3631 0631	
335	Tequila hostel Backpackers GDL	Av. Hidalgo #1160 Col. Centro Guadalajara	hostal	3825 1326	
336	Tlalipac	Niños Héroes No. 22, Centro Tlaquepaque	3*	1593 8998	
337	Tonalá	Madero #22 Col. Centro Tonalá	3*	3683 0595	
338	Trocadero Suites	López Cotilla # 1188, Col. Americana Guadalajara	Gran Turismo	31201416	
339	Universo	López Cotilla #161 Col. Sector Juárez Guadalajara	3*	3613 2815	
340	Vagabundo Expo	Berilio No. 2621 Guadalajara, Jalisco	Suites- No sujeto a	31222487	

			clasificación		
341	Vagabundo	Montreal # 1326, Providencia Zapopan	3*	31219406	
342	Vellanova	Av. López Mateos Sur #2405 Col. Residencial Victoria Zapopan	3*	3587 5735	
343	Venecia	Federalismo Norte # 982, Atemajac Zapopan	Motel de paso	38610302	
344	Victoria Ejecutivo	Av. López Mateos No. 1360, Chapalita Sur Guadalajara	4*	3770 6400	
345	Vigo	Calzada Independencia #230 Col. Sector Juárez Guadalajara	Clase económica	3613 6484	
346	Villa del ensueño	Florida #305 Col. Centro Tlaquepaque	4*	3635 8792	
347	Villa del sol	Granate #2415 Col. Verde Valle Zapopan	3*	3122 8022	
348	Villa Don Blas	Cerrada Altamira #10 Col. Valle del Sol Tonalá	Clase económica	3683 2588	
349	Villa Ganz	López Cotilla #1739 Col. Lafayette Guadalajara	Gran Turismo	3120 1416	
350	Villa Primavera	Carretera a Nogales km 24 Col. La Primavera Zapopan	4*	3151 4000	
351	Villa Santa Rita	Rinconada Bugambilias No. 3609, Guadalajara	3*	3813-4153	
352	Villa Sofía	La Calma # 2129 Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	36311420	
353	Villa Sol	Las Fuentes # 68 Zapopan	Suites- No sujeto a clasificación	3631 0631	
354	Villas Quinta Ganz	Angulo # 3047, Col. Monraz Guadalajara	Gran Turismo	31201416	
355	Vista Express plaza del sol	Av. López Mateos Sur #2375 Col. Ciudad del Sol Zapopan	4*	3880 0600	

356	Vista Hermosa	Dr. R. Michel # 270 Guadalajara	1*	31209340	
357	Vista Junior	Antigua Carretera a Zapotlanejo #1500 Col. Camichines Tlaquepaque	3*	3600 0910	
358	Westin	Av. de las Rosas #2911 Col. Presidencial Victoria Guadalajara	Gran Turismo	3880 2700	
359	Windsor	V. Salado Álvarez No. 131 Guadalajara, Jalisco	Clase económica		
360	Zar	Carretera a Nogales #9146 Col. Km. 14 Zapopan	3*	3825	

2. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

#	Nombre	Dirección	Municipio	Teléfono	Categoría	Comida
1	¿Qué Pachó?	Av. Naciones Unidas #4762	Zapopan	36-73-53-36	Restaurante	Carnes Asadas
2	100% Natural	Av. Patria #714	Zapopan	36-73-56-40	Restaurante	Vegetariana
3	13 Negro	Antonio Tello # 13-A	Guadalajara	36-43-98-81	Bar	
4	25 Santa Tere	Garibaldi # 1347	Guadalajara	38-25-18-77	Restaurante - Bar	Mexicano
5	1er piso	Pedro Moreno 947	Guadalajara	38257085	Bar	
6	4 patas	Miguel de Cervantes	Guadalajara	3615-0400	Restaurante	Hamburguesas

		112				
7	A casa	Juárez # 95	Tlaquepaque	36-35-71-90	Restaurante - Bar	Mexicano
8	Aaiati - k	Av. La Paz # 2123	Guadalajara	36-30-40-20	Restaurante	Japonesa
9	Absinth	Av. Guadalupe # 1162	Guadalajara	33-43-70-33	Restaurante - Bar	Mexicano
10	Acuario, Lobby Bar del Ht Holiday Inn Select	Niños Héroes # 3089	Guadalajara	31-22-20-20	Bar	
11	Aderezzo	Av. Chapultepec #2008	Guadalajara		Restaurante	Internacional
12	Adobe Fonda	Independencia # 195	Tlaquepaque	36-57-27-92	Restaurante - Bar	Mexicano
13	Affaire (Int del Ht Lafayette)	La Paz # 2055	Guadalajara	36-15-06-22	Cafetería	Desayunos
14	Agios Aggelos	20 de Noviembre # 342	Zapopan	38-33-11-31	Restaurante - Bar	Griega
15	Aka Las Tortas	Labna # 1111	Zapopan	33-44-75-24	Restaurante	Tortas Mexicanos
16	Al Edén	Av. López Mateos Sur # 265	Guadalajara	31-21-47-00	Restaurante - Bar	Internacional
17	Alegre (Salón de Apuestas Con Rest.)	Av. López Mateos Sur #312	Zapopan	36-47-31-74	Restaurante - Bar	Mexicano
18	Alex Co	Av. 18 de Marzo # 1995	Zapopan	36-32-80-85	Lonchería	Tortas Ahogadas
19	Alferno's Pizza	Av. Tabachines # 1464	Zapopan	36-60-27-33	Pizzería	Pizzas
20	Alfredo Di Roma (Int del Ht Pte. Intercontinental)	Av. Moctezuma # 3515	Zapopan	36-78-12-70	Restaurante - Bar	Italiano
21	Alma mía	Av. Chapultepec Sur # 454-a	Guadalajara	36169239	Restaurante	Internacional
22	Alta Fibra	Prisciliano Sánchez 370B	Guadalajara		Restaurante	Vegetariana
23	Amadita	Mercado Ávila Camacho Local 92	Guadalajara	38-26-93-43	Fonda	Mexicano
24	Ambar	Av. Américas # 1257	Guadalajara	38-17-80-91	Restaurante	Italiano

25	Amorcito Corazón	Av. Américas # 1491, Providencia	Guadalajara	38-17-27-98	Restaurante - Bar	Mexicano
26	André Breton	Juan Manuel # 175	Guadalajara	33-45-21-94	Cafetería	Francés
27	Angelo	López Cotilla # 1999	Guadalajara	36-30-41-47	Restaurante	Italiano
28	Angelo Ristorante	Santa Mónica # 970, Centro	Guadalajara	36-14-04-40	Restaurante	Italiano
29	Angels Club (gay)	López Cotilla # 1495-B	Guadalajara	36-15-25-25	Disco	
30	Angus (Int del Ht Hilton)	Av. De las Rosas #2933	Guadalajara	36-71-46-30	Restaurante - Bar	Internacional
31	Anita Li	Av. Inglaterra # 3100	Guadalajara	36-47-47-57	Restaurante	Fusión
32	Antena	Libertad # 1850-52, Col. Americana	Guadalajara		Cafetería	
33	Antonio’s	Hospital # 1723	Guadalajara	36-15-92-92	Restaurante	Carnes Asadas
34	Applebee	Av. López Mateos # 1501	Tlajomulco	36-12-76-99	Restaurante - Bar	Internacional
35	Applebee's	Plaza Galerías, Local 1	Zapopan	36-73-49-12	Restaurante	Internacional
36	Aquellos Tiempos (Int del Ht Camino Real)	Av. Vallarta # 5005, Chapalita	Zapopan	31-34-24-34	Restaurante	Internacional
37	Aquí es con el Güero	Calle 4, Local 83 M. de Abastos	Guadalajara	36-71-26-03	Fonda	Carnes Asadas
38	Arboledas (Int del Ht Aránzazu)	Av. Revolución # 110	Guadalajara	39-42-40-42	Cafetería	
39	Argentilia 840	Av. Américas # 840	Guadalajara	36-40-14-98	Restaurante - Bar	Internacional
40	Armadillo	Porfirio Díaz # 570-A	Guadalajara	33-45-63-02	Lonchería	Tortas Ahogadas
41	Arnoldi de Plaza Pabellón	2do piso Plaza Pabellón	Zapopan	36-11-00-81	Cafetería	Bebidas
42	Aroma Café	Av. Providencia #2399	Guadalajara	38-17-75-97	Cafetería	
43	Arturo's	Allende # 60	Tonalá		Restaurante	
44	Asadero El Torito	Carretera Tesistán Km 1 #5800	Zapopan	36-24-10-55	Restaurante	Campestre
45	Asaderos Grill	Carretera Chapala KM.	Tlajomulco	36-88-56-83	Restaurante	Campestre

		14				
46	Asiati-k	Av. Empresario # 371-C	Zapopan	36-11-04-20	Restaurante - Bar	Asiática
47	Astoria	Prisciliano Sánchez # 345	Guadalajara	36-14-65-70	Centro Nocturno	
48	Astyle Club	López Cotilla # 2233	Guadalajara	36-30-77-30	Disco	Botanas
49	Atenas	Plaza Amistad, Local 13	Zapopan	31-63-04-96	Restaurante	Griega
50	Azaleas del Bosque (Int del Ht del Bosque)	Av. López Mateos Sur # 265	Guadalajara	31-21-40-20	Restaurante - Bar	Internacional
51	Azteca	Av. Chapultepec Sur # 201	Guadalajara	38-25-75-40	Restaurante	Mexicano
52	Baalbek	Av. Tepeyac # 1026, Chapalita	Zapopan	31-21-02-60	Restaurante	Libanesa
53	Baco (Int del Ht Plaza Diana)	Circ. Agustín Yáñez # 2760	Guadalajara	35-40-97-02	Bar	
54	Baguettier	Av. Patria # 520	Zapopan	36-73-86-38	Restaurante	Ensaladas
55	Bahía	20 de Noviembre # 120	Zapopan	36-33-01-24	Restaurante	Mariscos
56	Baires	Av. Nino Obrero 618,	Guadalajara	31230843	Restaurante	Argentino
57	Bali	Av. Patria # 600, Local 20-A	Zapopan	36-73-16-00	Restaurante - Bar	Mexicano
58	Bananas Rock, Rest- Bar - Café	Av. Chapultepec Sur # 330	Guadalajara	36-15-48-57	Cafetería	Desayunos-Hamburguesas
59	Baradero Bar	Estadio # 16	Guadalajara		Bar	
60	Barba Negra	Justo Sierra # 2194	Guadalajara	36-73-38-02	Pizzería	Pizzas
61	Barbaresco y la Azotea Terrace Bar	Buenos Aires # 3090	Guadalajara	36-41-21-91	Restaurante - Bar	Cortes Finos
62	Barcelona	Av. Américas #1462	Guadalajara	38-17-44-10	Bar	
63	Bardoino	Av. México # 3177	Guadalajara	36-47-34-97	Restaurante	Italiano
64	Bares y Restaurantes Exclusivos	Fernando de Zelada #37	Guadalajara	36-16-73-40	Restaurante - Bar	Mexicano
65	Bariachi	Av. Vallarta # 2308	Guadalajara	36-16-99-00	Bar	

66	Bariloche	Av. Guadalupe # 721	Zapopan	31-22-42-70	Restaurante - Bar	Argentino
67	Barra Degollado	Esq. Belén y Morelos,	Guadalajara	36-14-73-00	Restaurante - Bar	Mexicano
68	Barra Mundi, Barra del Mar	Av. Terranova # 1025	Guadalajara		Restaurante	Mariscos
69	Barrio de Quilmes	Av. San Ignacio # 302	Zapopan	36-47-44-45	Restaurante	Argentino
70	Beauty Bar	Av. Las Rosas # 249	Guadalajara	36-47-11-43	Bar	Botanas
71	Bebotero	Agustín de la Rosa # 396	Guadalajara	33-42-08-44	Bar	
72	Bebotero.	Independencia # 287	Tlaquepaque	39-15-38-28	Bar	
73	Beer Saloon	Agustín Yáñez # 2563-A	Guadalajara	36-15-75-06	Bar	
74	Beer Saloon,	Av. Vallarta # 3233	Zapopan	31-22-15-30	Bar	
75	Beer Saloon.	Av. Ávila Camacho s7n	Zapopan	36-56-59-91	Bar	
76	Beirut	Av. López Mateos # 1308	Guadalajara	31-20-50-50	Restaurante	Libanesa
77	Benedetti's Pizza	Av. Guadalupe # 1130-A	Guadalajara	36-47-25-25	Pizzería	Pizzas
78	Benedetti's Pizza.	Av. Pablo Neruda # 4108	Zapopan	36-40-10-10	Pizzería	Pizzas
79	Benedetti's. Pizza	Terranova #1133	Guadalajara	36-40-00-08	Pizzería	Pizzas
80	Benito.'s	Periférico Sur # 8885, Local 3	Tlaquepaque	31-34-29-44	Pizzería	Pizzas-Lasagna
81	Benitos	Mariano Otero # 3616	Zapopan	36-32-51-35	Pizzería	Pizzas- Lasagna
82	Benito's	Francisco de Quevedo #44-A	Guadalajara	36-15-58-58	Pizzería	Pizzas de Mariscos
83	Benito's,	Av. Las Torres # 600, local 32-C	Tonalá	36-00-09-09	Pizzería	Pastas
84	Benitos.	Plaza Fiesta Arboledas local 3-C	Zapopan	38-12-02-00	Pizzería	Pizzas
85	Benito's.	Av. López Mateos #1140	Guadalajara	38-17-31-55	Pizzería	Pizzas

86	Beraca	Av. Allende #159	Guadalajara	36-13-37-52	Cafetería	Crepas
87	Beto's	El parián	Tlaquepaque	38-38-04-64	Restaurante - Bar	Mexicano
88	Bice Bistro	Av. Mariano Otero 1326	Guadalajara	38-80-77-05	Restaurante - Bar	Internacional
89	Biker's	Av. López Mateos Sur # 4300-A	Zapopan	36-34-72-68	Bar	
90	Billarama Internacional	Av. Circunvalación #1199	Guadalajara	38-53-13-80	Bar	Botanas
91	Bing	Plaza del Sol, Local 2	Zapopan	31-22-27-69	Fuente de Sodas	
92	Bing Américas	Av. López Mateos #981- 25	Guadalajara	38-17-75-52	Fuente de Sodas	
93	Bing la Calma	Balanza # 3249	Zapopan	36-34-00-35	Fuente de Sodas	
94	Bing la Normal	Centro com. La Normal local 1	Guadalajara	38-24-09-64	Fuente de Sodas	
95	Bing Plaza México	Plaza México, Local 12, zona C	Guadalajara	38-13-29-52	Fuente de Sodas	
96	Biosfera	Av. Acueducto # 6050	Zapopan	36-11-11-15	Disco	
97	Birria de Pollo	Carretera a Saltillo # 62	Zapopan	36-60-55-54	Restaurante	Mexicano
98	Birriería Chololo	Carretera a Chapala Km. 17.5	Tlajomulco	36-88-00-29	Restaurante	Birria
99	Birriería Las nueve esquinas	Avenida Colon #384	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
100	Birrieria San Miguel	Lirios # 200	Tlajomulco	37-72-43-32	Restaurante	Birria
101	Bisquet´s Inn	Libertad #1985	Guadalajara	38-27-16-16	Restaurante	Mexicano
102	Bistro Garden Grill & Bar	Av. López Mateos # 1360	Guadalajara	37-70-64-05	Restaurante - Bar	Fusión
103	Bitar	Av. Patria # 240	Zapopan	36-82-71-46	Restaurante	Libanesa
104	Black Coffee Gallery	Av. Rafael Sanzio #150	Zapopan	3682-9528	Cafetería	
105	Black Coffee Gallery	Blvd. Pta. de Hierro	Zapopan	36-11-10-11	Cafetería	

		#4965 UP2-5				
106	Black Coffee Gallery	Av. Chapultepec #460 Local 2	Guadalajara	36-15-87-15	Cafetería	
107	Black Coffee Gallery	Manuel Acuña # 3184 Local 11-A	Guadalajara	36-42-32-04	Cafetería	
108	Boca 21 Deli	La Gran Plaza, local D-22	Zapopan	31-22-15-33	Restaurante	Mediterráneo
109	Boca 21 Deli.	Plaza del Sol, Local 2 y 7	Zapopan	36-47-51-30	Restaurante	Mediterráneo
110	Boca Deli,	Plaza del Sol, Local 20 y 21	Zapopan	31-21-28-42	Restaurante	Mediterráneo
111	Boca de Casta	Chapultepec 480 Local R05B	Guadalajara		Restaurante	Cortes Finos
112	Bocaditos Lau	Prados De Los Eucaliptos # 1128	Zapopan	36-47-59-14	Restaurante	Vegetariana
113	Boccadirosa	Pedro Moreno 1078 - A	Guadalajara	38256204	Restaurante	Italiano
114	Bodega de la Vaca Argentino	Pedro Moreno #1388	Guadalajara	38-27-09-93	Restaurante - Bar	Mexicano
115	Bolerama Tapatío	Fco. Javier Gamboa #274	Guadalajara	36-16-68-50	Fuente de Sodas	
116	Bolero (Int del Ht Country Plaza)	Prol. Av. Américas 1170	Zapopan	32-08-46-33	Bar	
117	Bon´s	Av. Tepeyac #455 y San Uriel	Zapopan	31-22-06-01	Cafetería	
118	Bonne Santé	Av. La Paz # 1963-B	Guadalajara	38-26-81-43	Restaurante	Baguettes y Ensaladas
119	Bonsai	Av. Guadalupe #1661-A	Zapopan	31-22-97-69	Restaurante	Japonesa
120	Boqueria	Av. La Paz 2339	Guadalajara	3658 4258	Restaurante	Hamburguesas
121	Bosse	Hipódromo # 2085 Prol. Av. Patria	Guadalajara	38-48-93-96	Disco	
122	Botanas & Beer y Bar	Privada del Niño # 25	Zapopan	31-21-73-28	Bar	Botanas
123	Braseros Steack House	Circuito de las Flores	Zapopan	36-84-54-29	Restaurante -	Cortes Finos

		#2121			Bar	
124	Brasserie	Prisciliano Sánchez #1171	Guadalajara	38-25-21-82	Restaurante - Bar	Europea
125	Breve Espacio (Int del Ht Vista Plaza del Sol)	Av. López Mateos Sur # 2375	Zapopan	38-80-06-00	Bar	
126	Brick Lane	Mexicaltzingo Esq. Chapultepec	Guadalajara	3317292007	Restaurante	Deli
127	Bruno´s	Obsidiana # 2760	Zapopan	36-31-31-44	Restaurante	Mexicano
128	Buddha	Av. Vallarta # 2648	Guadalajara	36-15-89-99	Disco	
129	Buffet	Plaza Patria Local 7 Zona B	Zapopan	36-41-72-47	Restaurante	Mexicano
130	Burbujas	Av. 16 de Septiembre 400	Tlaquepaque		Bar	Mariscos
131	Burger King	Manuel Cloutier # 913	Zapopan	36-64-66-67	Restaurante	Hamburguesas
132	Cabernet	Blvd. Puerta de Hierro 4965	Zapopan		Restaurante	Italiano
133	Cache Night club	Av. Federalismo #600	Guadalajara	36-13-29-50	Bar	
134	Café & Co	Av. Rubén Darío # 778	Guadalajara	36-42-69-90	Cafetería	Baguettes
135	Café Benito/Sala Juárez	Av. Juárez # 451	Guadalajara	36-13-28-46	Café- Bar	Fusión
136	Café con Leche	Plaza El Sauz Local C-22	Guadalajara	12-04-49-60	Cafetería	
137	Café del Hospital Bernardette	Av. Hidalgo # 930	Guadalajara	38-25-43-65	Cafetería	Mexicano
138	Café Eco	Marsella # 454	Guadalajara	31-24-68-16	Cafetería	Desayunos
139	Café Olé	Donato Guerra # 25-2	Guadalajara	35-86-77-70	Cafetería	
140	Café y Pastel	Galileo Galilei #1287	Zapopan	36-34-94-25	Cafetería	
141	Café-Galería 5PM	Av. Guadalupe # 5181	Zapopan	36-41-28-10	Cafetería	Postres
142	Cafeto	Av. Montevideo #3194	Guadalajara	36-42-49-70	Restaurante - Bar	Internacional
143	Caída Libre (Int del Ht Casa Grande)	Aeropuerto Internacional Miguel	Guadalajara	36-78-90-02	Bar	
144	Caligari	Calle Juan Manuel 1406	Guadalajara		Restaurante	Mexicano

145	Caloste	Juárez # 200	Guadalajara	33-44-33-06	Restaurante	Internacional
146	Calzada	Calzada Independencia Sur # 252	Guadalajara	36-14-82-47	Taquería	
147	Camden Town Burguer	Avenida Terranova no1191	Guadalajara	36400528	Restaurante	Hamburguesas
148	Candela	Av. Javier Mina # 183	Zapopan	38-33-43-44	Pizzería	Pizzas
149	Candy´s Girls	Av. Vallarta Poniente # 5555	Zapopan	36-27-25-51	Centro Nocturno	
150	Canella en Rama	López Mateos Sur 146	Guadalajara	36152846	Restaurante	Fusión
151	Canelo´s	Av. López Mateos	Zapopan	36-84-47-29	Restaurante	Birria
152	Canelo´s.	Carr. Libre Zapotlanejo km. 70 # 281	Tonalá	36-90-20-14	Restaurante	Birria
153	Canelos Bugambilias	Av. López Mateos Sur # 7777	Zapopan	36-84-47-23	Restaurante - Bar	Campestre
154	Cantina de los Remedios	Av. Américas # 1462	Guadalajara	38-17-44-10	Restaurante - Bar	Mexicano
155	Cantina de los Remedios Chapalita	Av. Chapalita #120	Guadalajara	31-23-29-51	Restaurante - Bar	Mexicano
156	Canto del Café	Venezuela 758	Guadalajara	38-12-31-59	Restaurante	
157	Capitol Club	Av. Vallarta # 2648	Guadalajara	36-15-89-99	Disco	
158	Carabina 30 30	Aeropuerto Internacional Miguel H	Tlajomulco	36-88-51-03	Restaurante	Mexicano
159	Caracol	Czda. Juan Pablo II #43	Guadalajara	36-09-40-65	Restaurante	Mariscos
160	Carmelita	Mercado Santa Tere Local 114	Guadalajara	38-27-41-10	Fonda	Mexicano
161	Carmencita	Escorza # 609	Guadalajara	38-27-23-47	Fonda	Mexicano
162	Carneros	Eclipse #2749	Guadalajara	31-22-53-47	Restaurante - Bar	Mexicano
163	Carnes Rubén	Pedro Loza #533	Guadalajara	36-13-88-32	Restaurante	Carnes Asadas
164	Carnitas Fonseca	Av. México # 2059	Guadalajara	33-30-48-44	Restaurante	Mexicano
165	Carnitas Michoacán	Colon # 344	Guadalajara	36-13-21-58	Restaurante	Mexicano

166	Carnitas Modelo	Plaza del Sol Local 5-A	Zapopan	31-21-12-35	Fonda	Tortas Ahogadas
167	Carnitas Uruapan	Gob. Curiel #3881-A	Guadalajara	31-24-84-86	Restaurante	Mexicano
168	Carnitas Uruapan,	Carretera a Chapala, Km 18.5	Tlaquepaque	31-61-50-77	Restaurante	Mexicano
169	Carnitas Uruapan.	Av. Cruz del Sur #2457	Guadalajara	38-19-57-08	Restaurante	Mexicano
170	Casa Bariachi	Av. Vallarta #2221	Guadalajara	36-15-00-29	Restaurante - Bar	Mexicano
171	Casa Blanca, Piano Bar	Av. Hidalgo #1749	Guadalajara	36-16-29-67	Bar	
172	Casa Fuerte	Independencia # 224	Tlaquepaque	36-39-64-81	Restaurante - Bar	Alta Cocina Mexicana
173	Casa Granada	Nicolás Regules # 69	Guadalajara	12-00-02-02	Cafetería	
174	Casa Hereford	Rio Nilo # 2525	Guadalajara	36-35-74-69	Restaurante - Bar	Mariscos
175	Casa Libertad	Libertad #1872	Guadalajara	38-25-70-79	Restaurante	Española
176	Casa Libertad.	Av. Libertad # 1872	Guadalajara	38-25-70-79	Restaurante - Bar	Mediterráneo
177	Casa luna	Independencia # 211	Tlaquepaque	15-91-47-35	Restaurante - Bar	Alta Cocina Mexicana
178	Casa Madona	Lerdo de Tejada # 2308	Guadalajara	36-15-65-54	Restaurante	Internacional
179	Casa Merlot	Av. Patria 866-B	Zapopan	36289559	Restaurante	Italo-Argentino
180	Casa Tequila	Morelos # 207	Tlaquepaque	36-59-67-80	Restaurante - Bar	Alta Cocina Mexicana
181	Casa Tomas	Calderón de la Barca # 95	Guadalajara	36-15-56-52	Restaurante - Bar	Española
182	Casa Vieja	Guillermo Prieto # 99	Tlaquepaque	36-57-62-50	Restaurante - Bar	Mexicano
183	Casanova	El Parián	Tlaquepaque	36-57-07-66	Restaurante - Bar	Mexicano
184	Casino Veracruz	Manzano # 486	Guadalajara	36-13-44-22	Centro nocturno	
185	Cata 277	20 de Noviembre # 277-C	Zapopan	36-36-40-35	Restaurante	Española

186	Cenaduría Chabelita	Mezquitan # 794	Guadalajara	36-13-78-82	Fonda	Mexicano
187	Chai	Av. Vallarta # 1509	Guadalajara	36-15-94-26	Restaurante	Baguettes
188	Chai	Av. De las Rosas #181	Guadalajara	30701818	Restaurante	Baguettes
189	Chai	Av. Juárez 200	Guadalajara	36130001	Restaurante	Baguettes
190	Chai	Av. Terranova #1355	Guadalajara	36426221	Restaurante	Baguettes
191	Chambimbe	Andador 20 de Noviembre # 351	Zapopan	36-33-46-84	Restaurante - Bar	Caribeña
192	Chapala	Carretera a Chapala, Km 6.5	Tlaquepaque	38-37-29-29	Bar	Botanas
193	Chapu´s	Av. López Mateos # 1495- B	Zapopan	36-47-28-95	Disco	
194	Charrerías	Alfredo R. Plascencia # 746	Guadalajara	36-41-56-70	Restaurante	Mexicano
195	Chebo	Plaza Aurrera Atemajac, Local 20-21	Guadalajara	38-53-31-81	Restaurante	Mariscos
196	Chemary	Av. Guadalupe # 596	Zapopan	31-21-29-51	Restaurante - Bar	Española
197	Chendo y Chon	Plan de San Luis # 1356	Guadalajara	38-24-69-56	Restaurante	Mexicano
198	Chess	Av. López Mateos # 527	Guadalajara	31-22-10-90	Disco	
199	Chez Chouchou	Pedro Moreno 1290	Guadalajara	38250218	Restaurante	Francés
200	Chez Nene	Av. Juan Palomar y Arias # 426	Zapopan	36-73-45-64	Restaurante - Bar	Francés
201	Chez Nous	Av. Américas #1397	Zapopan	38-17-01-15	Restaurante	Internacional
202	Chez Pierre	España # 2095	Guadalajara	36-15-22-12	Restaurante	Francés
203	Chicos y Familia	Periférico Norte #221	Zapopan		Cafetería	
204	Chilaquiles	Av. Lázaro Cárdenas # 2729	Guadalajara	36-47-87-73	Restaurante - Bar	Mexicano
205	Chili´s	Av. Acueducto # 2380	Guadalajara	36-11-01-03	Restaurante - Bar	Texana
206	Chili´s Too	Aeropuerto Internacional Miguel H	Tlajomulco	36-88-60-85	Restaurante	Americana

207	Chili´s.	Av. Vallarta #2425	Guadalajara	36-16-52-16	Restaurante - Bar	Texana
208	China Inn	Niños héroes #2970	Guadalajara	31-21-83-84	Restaurante	China
209	China Inn Box	Unión # 69	Guadalajara	36-30-40-30	Restaurante	China
210	China Inn Box,	Av. Patria # 573-B	Zapopan	36-73-48-48	Restaurante	China
211	China Inn Box.	Av. Conchitas # 3330-3	Zapopan	31-33-00-66	Restaurante	China
212	China Inn.	Av. Hidalgo # 1364	Guadalajara	38-26-18-94	Restaurante	China
213	China Nueva	Arboledas # 2500	Guadalajara	38-10-36-84	Restaurante	China
214	China Nueva.	Av. Mariano Otero # 5212	Zapopan	36-31-79-21	Restaurante	China
215	China Poblana	Av. Juárez #887	Guadalajara	38-25-66-32	Restaurante	Mexicano
216	Chiu Lon	Av. Alcalde #283	Guadalajara	36-14-31-54	Restaurante	China
217	Chivas	López Cotilla # 150	Guadalajara	36-14-67-38	Bar	Botanas
218	Chololo's	Av. Cruz del Sur # 3035s	Guadalajara	38-12-17-26	Restaurante - Bar	Mexicano
219	Chong Wah	Av. Juárez # 558	Guadalajara	36-13-99-50	Restaurante	China
220	Chop	Av. México # 2328	Guadalajara	36-03-55-57	Restaurante	Mexicano
221	Chucho	Av. Alcalde # 857	Guadalajara	36-13-65-78	Restaurante	Mariscos
222	Chucky's	Av. Juárez # 143	Guadalajara	36-45-63-02	Lonchería	Tortas Ahogadas
223	Chucky's,	Libramiento Base aérea # 664	Zapopan	36-24-97-49	Lonchería	Tortas Ahogadas
224	Chucky's.	Boulevard del vigia # 45	Zapopan	38-33-10-22	Lonchería	Tortas Ahogadas
225	Chula Vista	Czda. Independencia Sur # 185-B	Guadalajara	36-18-18-78	Lonchería	
226	Chula Vista.	Av. Enrique Díaz de león #368	Guadalajara	38-25-02-08	Lonchería	
227	Cibum Capere	Sierra de Mazamítla 5309	Zapopan	3133 2663	Restaurante	Italo-Francés
228	Cine Café	Centro Magno Locales D-1 C-14	Guadalajara	36-30-39-40	Cafetería	
229	Cine Café.	La Gran Plaza Local	Zapopan	31-22-92-21	Cafetería	Desayunos

		N-1				
230	Circulo Francés	López Cotilla # 1221	Guadalajara	38-25-42-44	Restaurante	Francés
231	Circus Club (gay)	Galeana #277	Guadalajara	36-13-02-99	Disco	
232	Citala	Avenida Santa Rita	Zapopan		Restaurante	Mexicano
233	Claro de Luna (Int de Ht Country Plaza)	Prolongación Américas #1170	Guadalajara	32-08-46-33	Restaurante - Bar	Internacional
234	Clavigero Café	José Guadalupe Zuno #2083	Guadalajara	36-15-22-42	Cafetería	Empanadas
235	Clemenz Kaffe	Av. Vallarta 2655	Guadalajara	35-63-43-36	Cafetería	
236	Cliché Deli Café	Av. Providencia # 2391	Guadalajara	38-17-74-42	Cafetería	
237	Club Hacienda San Javier	Circuito Madrigal #2000	Zapopan	36-42-59-34	Restaurante - Bar	Internacional
238	Cluv	Av. Acueducto #2380	Guadalajara	13-69-48-41	Disco	
239	Cochon	Gral. Coronado 15 A	Guadalajara	38252864	Restaurante	Contemporáneo
240	Cocina 88	Av. Vallarta # 1342	Guadalajara	38-27-59-96	Restaurante - Bar	Internacional
241	Cocula	Av. Federalismo Norte # 1374	Guadalajara	38-23-20-68	Fonda	Birria
242	Cocula.	Libertad #938	Guadalajara	36-58-04-55	Fonda	Birria
243	Coffe Box	El Pabellón Av. Acueducto # 2380	Guadalajara	36-11-02-20	Cafetería	Café -Pastel
244	Coffe Star	Av. La Paz #2091-	Guadalajara	10-78-84-55	Cafetería	Postres
245	Coktail (Int del Ht Gdl Plaza López Mateos)	Av. López Mateos Sur # 2128	Zapopan	32-08-44-00	Bar	
246	Colibrí	Las Fuentes # 68-A	Zapopan	31-33-06-05	Cafetería	
247	Colon	Colon # 115	Guadalajara	35-14-21-51	Cafetería	
248	Come Mia, Come Sano y Económico	Mexicaltzingo # 2033	Guadalajara	15-62-87-91	Restaurante	Casera
249	Condado de Castilla	Av. Vallarta #1921	Guadalajara	36-16-37-98	Restaurante	Española
250	Copa Cabana	Av. López Mateos #5290	Zapopan	36-31-45-43	Restaurante - Bar	Internacional
251	Corazón de Alcachofa	Av. México #2946	Guadalajara	36-41-26-76	Restaurante - Bar	Mejillones

252	Cortijo La Venta	Federación #725	Guadalajara	36-17-16-75	Restaurante - Bar	Mexicano
253	Coscafe Bistru Bar	Av. Chapultepec # 15-A	Guadalajara	35-87-47-48	Restaurante - Bar	Mediterráneo
254	Crepas Saint Michel	Av. Vallarta # 1700	Guadalajara	36-30-18-20	Restaurante	Italiano
255	Cuatro	Las Fuentes # 11	Guadalajara	31-33-37-48	Cafetería	
256	Cuina	López Cotilla # 2109	Guadalajara	36-15-73-92	Restaurante	Mexicano
257	Currucucu	Galeana # 159	Guadalajara	36-13-34-36	Restaurante - Bar	Mexicano
258	Da Giuseppe	Av. Américas # 981	Guadalajara	38-17-39-85	Restaurante	Italiano
259	Da Massimo	Prolongación Av. Américas # 1213	Zapopan	36-56-84-03	Restaurante - Bar	Italiano
260	Da Napoli	Av. López Mateos Sur # 573-16	Zapopan	31-21-57-03	Restaurante	Italiano
261	Daiichiro	Juan Zubaran # 1963	Guadalajara	38-53-84-03	Restaurante - Bar	Sushi
262	Dainzu	Av. Providencia # 2920	Guadalajara	36-42-81-13	Restaurante	Oaxaqueña
263	Dali	Av. Guadalupe # 1144	Guadalajara	33-43-90-38	Cafetería	Crepas
264	Dalias	8 de Julio # 1896	Guadalajara	38-10-56-99	Restaurante	Mexicano
265	Darjeeling tea room	Morelos 1491	Guadalajara		Restaurante	Pizzas
266	Das Bierhaus	Av. Rio Nilo # 7377	Tonalá	36-01-23-91	Restaurante - Bar	Alemana
267	De la Torre	Belisario Domínguez # 2578	Guadalajara	36-74-56-80	Restaurante	Mexicano
268	De la Torre,	Av. Circunvalación Dr. Atl #46	Guadalajara	36-37-71-89	Restaurante	Mexicano
269	De la Torre,,	Revolución # 2896	Guadalajara	36-57-09-29	Restaurante	Mexicano
270	De la Torre.	Av. La Paz # 1382	Guadalajara	38-26-00-83	Restaurante	Mexicano
271	De la torre.	Av. López Mateos Sur # 564	Guadalajara	31-21-01-26	Restaurante	Mexicano
272	De la Torre;	José María Vigil # 1551	Guadalajara	38-25-11-31	Restaurante	Mexicano
273	De vino	Av. San Ignacio # 312	Zapopan	31-21-09-01	Restaurante	Mexicano

274	Degollado	Colon # 595	Guadalajara	36-14-19-02	Restaurante	Mexicano
275	Del Ángel	Plaza del Ángel Local 1-2	Guadalajara	31-22-44-76	Restaurante	Mexicano
276	Del Sol	Araceli Souza # 5478	Zapopan	36-32-00-90	Lonchería	Tortas Ahogadas
277	Deli Baguette	Pablo Casals # 613-A	Guadalajara	36-41-52-09	Restaurante	Mexicano
278	Demetria Restaurante	Av. La Paz 2219	Guadalajara	3818 0060	Restaurante	
279	Denker Café-Foro	Donato Guerra #226	Guadalajara	36-13-70-68	Cafetería	Café
280	Der Krug Brauhaus	Miguel de Cervantes Saavedra # 15	Guadalajara	10-57-83-87	Restaurante	Alemana
281	Der Krug Brauhaus.	Pablo Neruda # 2715	Guadalajara	12-01-17-95	Restaurante - Bar	Botanas
282	Deshiro	Sierra de Mazamítla # 5319	Zapopan	36-34-74-13	Restaurante	Japonesa
283	Diem (Int del Ht Arboledas Galerías)	Av. Vallarta # 5281-B	Zapopan	39-15-32-75	Restaurante - Bar	Internacional
284	Djembé	Pedro Loza #221	Guadalajara	36-14-39-29	Bar	
285	Dolce Natura, Café-Galería	Av. Providencia # 2772	Guadalajara	36-42-28-97	Restaurante	Italiano
286	Domino´s Pizza,	Alcalde # 915	Guadalajara	36-14-45-02	Pizzería	Pizzas
287	Domino´s Pizza.	López Cotilla # 1449	Guadalajara	38-25-03-03	Pizzería	Pizzas
288	Domino´s Pizzas	Av. Revolución #2212	Guadalajara	36-39-39-43	Pizzería	Pizzas
289	Domino´s Pizzas,	Av. Vallarta # 5455	Zapopan	36-73-55-85	Pizzería	Pizzas
290	Domino's Pizza	Pablo Neruda #3006	Guadalajara	36-42-00-57	Pizzería	Pizzas
291	Domino's Pizza.	Av. Lapislázuli # 2653	Zapopan	31-33-35-64	Pizzería	Pizzas
292	Domino's Pizzas	Av. Mariano Otero # 5372	Zapopan	31-33-19-31	Pizzería	Pizzas
293	Domino's pizzas.	Av. Guadalupe # 1626	Zapopan	36-47-86-88	Pizzería	Pizzas
294	Don Chava	Periférico Norte # 2300	Zapopan	36-60-29-12	Restaurante - Bar	Mexicano
295	Don Chuy	Pablo Neruda # 3158	Zapopan	36-40-60-36	Lonchería	Tortas Ahogadas
296	Don Luis	Av. Chapultepec Sur # 215	Guadalajara		Cafetería	Desayunos
297	Don Luis.	Diego Aranda y	Guadalajara	38-53-31-53	Restaurante	Mariscos

		Carpintero # 1119				
298	Don Mario	Belisario Domínguez # 800	Guadalajara	36-37-51-45	Fonda	Mexicano
299	Don Nacho	Av. 16 de Sept # 730	Guadalajara	36-14-81-54	Lonchería	
300	Don Pedro	Belisario Domínguez # 557	Guadalajara	36-17-57-80	Fonda	Mexicano
301	Don Quijote Int del Ht Don Quijote Plaza)	Héroes # 91	Guadalajara	36-58-16-55	Restaurante - Bar	Mexicano
302	Don Tomasito Jr.	Av. Ávila Camacho # 1805	Guadalajara	38-24-46-69	Restaurante	Mexicano
303	Don Vic	Av. Hidalgo # 588	Guadalajara	35-86-71-96	Restaurante	Carnes Asadas
304	Doña Gabina Escolástica	Av. Javier Mina # 237	Zapopan	38-33-08-83	Restaurante	Mexicano
305	Doña Gabina Escolástica	Av. Terranova #1121	Guadalajara	38330883	Restaurante	Mexicano
306	Doña Trini	Manuel Dávalos Hernández #602	Guadalajara	38-23-41-72	Fonda	Mexicano
307	Dubái	Av. Patria #2440	Zapopan	38-26-13-25	Disco	
308	Dubái Café	Av. Guadalupe # 4302	Zapopan	31-22-64-31	Cafetería	Ensaladas
309	Due	Lerdo de Tejada # 2152	Guadalajara	36-30-57-43	Restaurante	Italiano
310	Durango	Monte Parnaso #998	Guadalajara	35-85-99-93	Restaurante	Durango
311	D'Val	Pedro Moreno #690	Guadalajara	36-14-14-41	Cafetería	Antojitos Mexicanos
312	Eikki	Parque Juan Diego 101	Zapopan	10570814	Restaurante	Internacional
313	El Carnal	Av. Moctezuma # 144-B	Zapopan	31-21-14-54	Restaurante	Mariscos
314	El Carnal,	Av. López Mateos # 6160	Zapopan	31-33-30-15	Restaurante	Mariscos
315	El Carnal.	Av. Niño Obrero # 615	Zapopan	36-47-79-00	Restaurante	Mariscos
316	El Güerito	Fco. I Madero # 13	Guadalajara	36-13-56-22	Lonchería	Tortas Ahogadas
317	El Negro	Av. Patria # 475	Zapopan	31-65-17-12	Restaurante - Bar	Mariscos
318	El Pargo del Pacifico	Av. La Paz # 2140	Guadalajara	36-16-12-21	Restaurante	Mariscos

319	El Pollo Pepe	Belisario Domínguez 994	Guadalajara	36-55-88-30	Restaurante	Pollo
320	El Pollo Pepe	Av. Arcos# 991	Guadalajara	31-21-40-73	Restaurante	Pollo
321	El Rinconcito	Justo Sierra #1998	Guadalajara	38-25-44-70	Restaurante	Mexicano
322	El Abajeño	Juárez #231	Tlaquepaque	36-35-90-97	Restaurante - Bar	Mexicano
323	El Abajeño Minerva	Av. Vallarta# 2802	Guadalajara	36-30-06-07	Restaurante	Mexicano
324	El Alazán y El Rosillo	Carretera libre Zapotlanejo # 317	Tonalá	36-90-16-86	Restaurante - Bar	Mexicano
325	El Almacén del Bife	Puerta de Hierro 4965	Zapopan	36112669	Restaurante	Argentino
326	El Alteño	Carretera a Zapotlanejo # 228	Tonalá	36-90-01-54	Restaurante	Mariscos
327	El Amigazo	Av. Tonaltecas # 135	Tonalá	36-83-20-17	Restaurante - Bar	Mariscos
328	El Apetito	Corona # 72	Guadalajara	36-14-46-67	Restaurante - Bar	Mexicano
329	El Arandense	Av. Tonaltecas # 69	Tonalá	36-83-53-49	Restaurante	Mariscos
330	El Árbol	Eva Briseño # 324	Zapopan	36-36-60-07	Restaurante - Bar	Mexicano
331	El Archivo	Francisco I. Madero #111	Guadalajara	36-14-83-26	Bar	
332	El Arriero	Carretera a Chapala # 2016, km. 13	Tlajomulco	36-88-50-09	Restaurante	Mexicano
333	El Asadero de Don Gregorio	Periférico Sur # 7003	Tlaquepaque	36-01-04-88	Restaurante - Bar	Campestre
334	El Barco	Av. Pino Suarez # 469, Local 6	Zapopan	35-85-79-70	Restaurante - Bar	Mariscos
335	El Baúl	Av. Mariano Otero # 5596	Zapopan	35-63-60-80	Bar	
336	El Boquinete	Juárez # 79	Tonalá	36-83-58-39	Restaurante - Bar	Mexicano
337	El Burladero	Pablo Neruda # 2930	Guadalajara	36-41-97-54	Restaurante - Bar	Mexicano
338	El Caballero	Eclipse # 2773	Guadalajara	31-21-77-48	Restaurante	Hamburguesa

339	El Campamento	Carr. Santa Rosa-Atequiza Km 39	Ixtlahuacán de los membrillos	67-67-14-45	Restaurante	Mexicano
340	El Campanero (Int del Ht Misión Carlton Class)	Niños Héroes # 125	Guadalajara	36-14-72-72	Bar	
341	El Campeón	Angulo # 834	Guadalajara	35-85-68-67	Lonchería	Tortas Ahogadas
342	El Campeón	Hospital # 1345	Guadalajara	38-25-03-94	Lonchería	Tortas Ahogadas
343	El Candil	Av. Enrique Díaz de León # 712	Guadalajara	38-12-04-55	Lonchería	Lonches
344	El Canelo	Carretera a los Altos # 3852, km 7	Tlaquepaque	36-90-09-04	Restaurante - Bar	Mexicano
345	El Capuchino	Patria # 1550, Local 6	Zapopan	36-28-25-79	Cafetería	
346	El Cargol	López Cotilla 1513	Guadalajara		Restaurante	Española
347	El Carmen Deli	Jacobo Gálvez # 45	Guadalajara	36-58-22-66	Cafetería	Café-Pastel
348	El Carnal	Nuño de Guzmán # 490	Guadalajara	38-23-63-28	Restaurante - Bar	Mariscos
349	El Carnal,	Czda. Independencia Norte # 1823	Guadalajara	36-51-89-69	Restaurante - Bar	Mariscos
350	El Carnal.	Guadalupe Zuno	Guadalajara	38-25-69-49	Restaurante - Bar	Mariscos
351	El Chapus VIP	Av. López Mateos # 1495-B	Guadalajara	36-47-28-95	Disco	Botanas
352	El Chino de Mazatlán	Calderón de la Barca # 477	Guadalajara	31-29-99-96	Restaurante	Mariscos
353	El Ciervo	20 de Noviembre # 797	Guadalajara	36-19-67-65	Restaurante - Bar	Mexicano
354	El Cilantro	Justo Sierra # 2046	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
355	El Cirio de María	Isabel Prieto # 849	Guadalajara	36-42-08-19	Restaurante	Italiano
356	El Colibrí	Av. Las Fuentes # 68-A	Guadalajara	31330605	Restaurante	Mexicano
357	El Comal	8 de Julio # 1896	Guadalajara	38-12-02-44	Restaurante	Carnes Asadas
358	El Comal y la Olla	Av. Juárez # 323	Guadalajara	36-14-45-45	Restaurante	Mexicano
359	El Compadre	Leandro Valle # 895	Guadalajara	36-14-55-50	Fonda	Birria

360	El Condado de Castilla	Av. Vallarta # 1921	Guadalajara	36-15-92-60	Restaurante - Bar	Española
361	El Cubilete	General Rio Seco # 9	Guadalajara	36-13-20-96	Bar	Botanas
362	El Dorado	Czda. Independencia Norte # 1890	Guadalajara	36-37-79-98	Bar	
363	El Dorado.	Av. Tesistán # 718	Zapopan	36-85-26-79	Restaurante - Bar	Mariscos
364	El Dragón de Oro	Av. Américas # 1637	Guadalajara	33-42-23-90	Restaurante - Bar	China
365	El Edén	Av. La Paz # 110	Guadalajara	36-17-70-00	Restaurante	Internacional
366	El Encanto, Bar- Billar	Carretera libre Zapotlanejo # 1501	Tlaquepaque	36-00-09-10	Bar	
367	El Excelsior (Int del Ht Nueva Galicia)	Ramón Corona # 610	Guadalajara	36-14-87-80	Restaurante	Mexicano
368	El Farallon de Tepic	Av. Niño Obrero # 560	Zapopan	31-21-26-16	Restaurante	Mariscos
369	El Farol	López Cotilla #24	Guadalajara	36-13-15-68	Restaurante	Mexicano
370	El Fogón del Pibe	Av. López Mateos #4545	Zapopan	13-68-75-00	Restaurante	Argentino
371	El Fondue	Av. La Paz # 1887	Guadalajara	36-62-16-42	Restaurante	Fondues
372	El Francés	Paseo de la Arboleda # 984	Guadalajara	36-47-38-35	Restaurante	Carnes Asadas
373	El Francés IV	Av. México #2380	Guadalajara	36-40-20-74	Restaurante - Bar	Mexicano
374	El Francés,	Lázaro Cárdenas # 3777	Zapopan	31-22-03-05	Restaurante	Carnes Asadas
375	EL francés.	Av. Guadalupe # 770	Zapopan	31-21-73-02	Restaurante	Carnes Asadas
376	El Fuerte	Félix Palavicini # 2280	Guadalajara	38-23-38-83	Restaurante - Bar	Mexicano
377	El Gallo	Sto. Tomas	Zapopan	36-60-18-12	Restaurante	Tacos-Gorditas
378	El Gallo Rojo	Av. Terranova Local E-4	Guadalajara	36-42-82-94	Lonchería	Tortas Ahogadas
379	El Ganadero	Américas # 364	Guadalajara	36-15-90-63	Restaurante - Bar	Cortes Finos

380	El Gato Café	Calle Madero 833 Col. Americana	Guadalajara	3641987	Cafetería	
381	El Gato Negro	El Parián	Tlaquepaque	36-35-04-02	Restaurante - Bar	Mexicano
382	El Gato Verde	Robles Gil # 137	Guadalajara	38-26-20-37	Bar	
383	El Gordo	Ramos Milán # 372	Guadalajara	38-25-87-23	Restaurante	Mariscos
384	EL Gordo Steak	Terranova # 1244	Guadalajara	36-42-01-27	Restaurante - Bar	Mexicano
385	El Grajo	Morelos # 60	Tonalá	36-83-03-78	Restaurante	Mariscos
386	El Gran Mexicano	Av. Mariano Otero # 5850	Zapopan	31-38-40-12	Restaurante - Bar	Carnes Asadas
387	El Gran Rodeo Campestre	Carretera libre a Zapotlanejo, Km 5	Tlaquepaque	36-90-09-65	Restaurante	Campestre
388	El Greco	Av. Revolución # 728	Tlaquepaque	36-39-26-26	Bar	
389	El Güerito	Hospital # 1502	Guadalajara	36-20-90-62	Restaurante	Birria
390	El Güero de Boulevard	Av. Ávila Camacho # 1613	Guadalajara	38-54-71-69	Restaurante	Mariscos
391	EL Gusto	Av. Guadalupe # 1269	Zapopan	31-23-00-27	Restaurante	Internacional
392	El Herradero	Prolongación Vallarta # 681	Zapopan	36-82-00-00	Restaurante	Carnes Asadas
393	El Herradero de Don Gabriel	Estadio # 98	Guadalajara	36-19-15-80	Restaurante	Carnes Asadas
394	El Huamúchil	Av. Tonaltecas # 292	Tonalá	36-83-34-73	Restaurante - Bar	Mariscos
395	El Huerto (Int del Ht Serena Terminal)	Carr. Libre a Zapotlanejo # 1500	Tlaquepaque	36-00-09-10	Restaurante	Internacional
396	El Imperial	Francisco I. Madero # 273	Guadalajara	12-21-67-25	Bar	
397	El Italiano	Av. México # 3130	Guadalajara	38-13-29-84	Restaurante	Italiano
398	El Jardín	La Paz # 1558	Guadalajara	38-25-68-85	Restaurante	Vegetariana
399	El Jarro	Av. Vallarta # 1443	Guadalajara	38-25-54-32	Restaurante	Internacional
400	El Jockey Grill House	Manuel Acuña #2938	Guadalajara		Restaurante	Carnes
401	El Karneval	Juárez # 287	Tlaquepaque	36-39-09-78	Restaurante -	Cortes finos

					Bar	
402	El Langostino Sonriente	Av. Lázaro Cárdenas # 4023	Zapopan	31-22-98-17	Restaurante	Mariscos
403	El Libanes	López Mateos Sur # 550	Guadalajara	31-21-27-02	Restaurante - Bar	Árabe- Libanesa
404	El Manantial (Int del Ht Serena Terminal)	Carr. Libre a Zapotlanejo # 1500	Tlaquepaque	36-00-09-10	Bar	
405	El Marisquero de San Blas	Rio Santiago # 5449	Zapopan	35-63-68-48	Restaurante	Mariscos
406	El Merendero	Mar Mediterráneo # 1317	Guadalajara	38-17-77-05	Restaurante	Mexicano
407	El Mesón de Don Miguel	Pino Suarez # 92	Guadalajara	36-14-79-92	Restaurante - Bar	Mexicano
408	El Mesón de Zacarías	Av. Niño Obrero # 363	Zapopan	31-23-14-13	Restaurante - Bar	Española
409	El Mesón del Pescador	Washington # 1291	Guadalajara	38-11-88-06	Restaurante	Mariscos
410	El Metro	Pablo Neruda # 3980	Zapopan	36-46-16-66	Disco	
411	El Mexicano	Morelos # 79	Guadalajara	36-58-02-17	Restaurante - Bar	Mexicano
412	El Molino	Prolongación López Mateos # 5510	Tlajomulco	36-86-55-52	Restaurante - Bar	Mexicano
413	El Molino (Int del Hotel Cervantes)	Prisciliano Sánchez #442	Guadalajara	36-16-66-86	Restaurante - Bar	Mexicano
414	El Molino de Café	Av. Tepeyac #655	Zapopan	31-23-00-42	Restaurante	Café-Pastel
415	El Moro de Cumpas, Campestre	Carretera a Morelia, Km 19	Tlajomulco	36-86-28-99	Restaurante	Mexicano
416	El Nahual	Juárez # 17	Tlaquepaque	30-44-25-25	Restaurante - Bar	Alta Cocina Mexicano
417	El Negro	Ignacio Ramírez # 646	Guadalajara	38-23-08-16	Restaurante	Mariscos
418	El Nido de la Paloma	López Cotilla # 1855	Guadalajara	36-30-00-91	Restaurante - Bar	Mexicano
419	El Oasis	Independencia, Local 47	Guadalajara	36-13-63-99	Taquería	Tacos al Pastor
420	El Orégano	Independencia # 8-A	Guadalajara	36-13-02-13	Fonda	Mexicano

421	El Oso Negro	Bernardo de Balbuena # 650	Guadalajara	36-16-85-89	Bar	
422	El Pacifico	Plaza de los Mariachis # 31	Guadalajara	36-17-82-28	Restaurante	Mariscos
423	El Paisa	Av. Niños Héroes # 1470	Guadalajara	38-26-26-23	Lonchería	Tortas Ahogadas
424	El Paradero	Gómez Farías # 98	El Salto	37-32-00-19	Restaurante	Mexicano
425	El Pargo del Pacifico	Av. Revolución # 1915	Guadalajara	36-59-01-09	Restaurante	Mariscos
426	El Pargo del Pacifico	Av. Federalismo Sur # 876	Guadalajara	38-10-52-85	Restaurante	Mariscos
427	El Pargo del Pacífico	Lázaro Cárdenas # 4150	Zapopan	39-15-33-83	Restaurante	Mariscos
428	El Parián (18 Restaurantes)	El Parián, Centro Histórico	Tlaquepaque	36-39-67-80	Restaurante - Bar	Mexicano
429	El Patio	Independencia # 186	Tlaquepaque	36-35-11-08	Restaurante	Mexicano
430	El Pescador Rojas	Morelos # 43-B	Tlaquepaque	36-59-38-51	Restaurante	Mariscos
431	El Pesebre	Fidel Velázquez # 56	Guadalajara	36-38-52-59	Lonchería	Comida Rápida
432	El Piano	Fernando de Zelada # 37	Guadalajara	36-16-73-40	Bar	
433	El Pirata	5 de Mayo # 744	Guadalajara	36-19-81-27	Restaurante	Mariscos
434	El Polo Norte	Av. México #2200	Guadalajara	36159000	Nevería	
435	El Pollo Pepe	Av. México # 3317	Guadalajara	36-47-83-42	Restaurante	Pollo
436	El Pollo Pepe ,	Pocito # 60	Zapopan	31-22-87-85	Restaurante	Pollo
437	El Pollo Pepe.	Av. Vallarta # 5206	Zapopan	36-29-30-10	Restaurante	Pollo
438	El Pollo Feliz	Carretera a Chapala # 1800	Tlaquepaque	38-38-64-72	Restaurante	Pollo
439	El Pollo Giro	Av. Ávila Camacho # 224	Guadalajara	36-33-23-56	Restaurante	Pollo
440	El Pollo Pepe	San Rafael 402	Tlaquepaque	36-39-68-65	Restaurante	Pollo
441	El Pollo Pepe	Av. Rubén Darío # 793	Guadalajara	36-40-20-16	Restaurante	Pollo
442	El Pollo Pepe ,	Av. Copérnico # 4193	Zapopan	36-34-21-61	Restaurante	Pollo
443	El Pollo Pepe.	Circ. División del Norte # 1044	Guadalajara	38-53-57-44	Restaurante	Pollo

444	El Pollo Pepe,	Federación #2345	Guadalajara	36-43-26-04	Restaurante	Pollo
445	El Pollo Pepe.	Isla Raza # 2001	Guadalajara	36-46-96-10	Restaurante	Pollo
446	El Pollo Pio	Av. Mariano Otero #1026	Guadalajara	31-21-86-20	Restaurante	Pollo
447	El Pollote Ranchero	Fresno #2173	Guadalajara	31-24-63-20	Restaurante	Pollo Rostizado
448	El Pony	Morelos# 2044	Guadalajara	31-24-63-20	Restaurante	Baguettes
449	El Pórtico	Patria # 1357	Zapopan		Bar	
450	El Real (Int del Ht Nvo. Real Vta.)	Av. Vallarta 35549	Zapopan	36-29-86-10	Restaurante	Mexicano
451	El Refugio	Av. Patria # 2306	Zapopan	31-38-32-01	Bar	
452	El Rey	Av. Américas # 2982	Guadalajara	38-17-20-23	Lonchería	Tortas Ahogadas
453	El Rey de Chocolate	Av. Niño Obrero #1558	Zapopan	12-07-56-00	Cafetería	
454	El Rincón de Frida	Juan Palomar y Arias #512	Guadalajara	36-42-02-49	Restaurante	Alemana
455	El Rincón de los Becerra	Colon # 532	Guadalajara	12-00-67-25	Restaurante	
456	El Rincón Del Gourmet	Rafael Sanzio #150	Guadalajara	37-77-33-33	Restaurante	Internacional
457	El Rincón del Sol	Carr. Libre a Zapotlanejo #3664	Tlaquepaque	36-90-00-10	Restaurante	Campestre
458	El Rincón Italiano	Chamizal #286	Guadalajara	36-55-56-64	Pizzería	Pizzas
459	El Rinconcito	Pasaje Morelos, locales 4-6	Guadalajara	36-13-73-86	Fuente de Sodas	
460	El Robalo	Av. San Jorge #781	Zapopan	36-33-18-32	Restaurante	Mariscos
461	El Rodeo Campestre	Prol. López Mateos Sur # 9020	Zapopan	36-86-26-26	Restaurante - Bar	
462	El Sacromonte	Pedro Moreno # 1398	Guadalajara	38-25-54-47	Restaurante - Bar	Mexicano
463	El Tamborazo de Don Juan	Av. Federalismo Norte # 1846	Guadalajara	32-80-13-48	Restaurante - Bar	Mexicano
464	El Tango	Av. Guadalupe # 1004	Zapopan	36-47-99-81	Restaurante - Bar	Argentino
465	El Taurino	Czda. Del Ejercito # 629	Guadalajara	36-19-07-63	Restaurante - Bar	Mexicano
466	El Tejaban Grill	Carret. Tlajomulco-Sn	Tlajomulco	39-15-41-66	Restaurante -	Mariscos

		Miguel #201			Bar	
467	El Tomate	Av. Chapultepec #381	Guadalajara		Taquería	
468	El Toreo	Álvaro Obregón #1245	Guadalajara		Bar	
469	El trece	Carretera a Chapala # 7073	El Salto		Lonchería	
470	El Trópico de Tonalá	Fco. I. Madero #15	Tonalá	36-83-06-98	Restaurante - Bar	Mexicano
471	El Vaquero	Álvarez Del Castillo # 410	Guadalajara	36-43-06-76	Lonchería	Tortas Ahogadas
472	El Varón	Av. Corona # 181- 202	Guadalajara	36-14-80-55	Centro Nocturno	
473	El Venado	Av. Circunvalación #1831	Guadalajara	38-24-55-62	Restaurante	Cortes Finos
474	El Venado de Mazatlán	Angulo # 1697	Guadalajara	36-16-60-46	Restaurante	Mariscos
475	El Vitral (Int del Ht Aránzazu)	Av. Revolución Poniente #110	Guadalajara	39-42-40-42	Bar	
476	El Zapotlán	Jesús García #406	Guadalajara	36-14-90-66	Restaurante	Mexicano
477	El Zarandeado	Volcán Popocatépetl 6569	Zapopan		Restaurante	Mariscos
478	El Zurdo Vera	Fernando de Celada	Zapopan	36-15-75-47	Lonchería	Hot Dogs
479	Entre 2	Calderón de la Barca 119	Guadalajara	36306335	Restaurante	Francés
480	Equilibrio	Ocampo #297	Guadalajara		Restaurante - Bar	Mexicano
481	Eskimo Supremo	Ignacio Camarena # 3173	Guadalajara	36-03-29-45	Fuente de Sodas	Helados
482	Espresso Bar	Plaza Terranova, Local B-6	Guadalajara	36-42-05-44	Bar	
483	Estación (Int del Ht Estación)	Czda. Independencia Sur # 1297	Guadalajara	36-19-00-51	Restaurante	Mexicano
484	Estación Asaderos	Miguel de Cervantes #477	Guadalajara	36-16-02-24	Restaurante - Bar	Mexicano
485	Estación de Lujo	Libertad #1980	Guadalajara	38-26-78-98	Restaurante	Española
486	Étniko	Av. Guadalupe # 6122	Zapopan	31-25-33-05	Restaurante	Italiano

487	Etrusca Comercial	Pedro Moreno # 1494	Guadalajara	38-27-52-86	Cafetería	
488	Euro Gourmet	Av. Naciones unidas # 6229	Zapopan	31-65-08-20	Restaurante	Ensaladas-Baguettes
489	Excelsior (Int del Ht Colon)	Prol. Revolución #12	Guadalajara	36-13-33-90	Restaurante	Mexicano
490	Excelsior (Int del ht Del Parque)	Av. Juárez #845	Guadalajara	38-25-28-00	Restaurante	Mexicano
491	Expressamente	Av. Provincia # 2969	Guadalajara	36-41-06-24	Cafetería	
492	Fandango	Fco. De Aiza # 950	Guadalajara	36-43-38-83	Restaurante - Bar	Mexicano
493	Fase 4	Pedro Moreno # 70	Guadalajara	36-15-97-56	Restaurante - Bar	Mexicano
494	Flipes	Ladrón de Guevara # 4608	Zapopan	36-34-26-01	Lonchería	Tortas Cubanas
495	Felippes	Av. De las Rosas #600	Guadalajara	31-22-72-68	Lonchería	Tortas Cubanas
496	Flipes	Av. Patria #492	Zapopan	36-73-38-66	Lonchería	Tortas Cubanas
497	Fiesta Tonalá	Av. Tonaltecas #163	Tonalá	36-83-16-85	Restaurante	Mexicano
498	Figaro's Pizza	Av. Diamante #2535	Guadalajara	36-47-11-61	Pizzería	Pizzas
499	Finisterre (Int del Ht Santiago de Compostela)	Colon #272	Guadalajara	36-13-88-80	Bar	
500	First Class (Int del Ht Casa Grande Aeropto)	Aeropuerto Internacional Miguel H	Tlajomulco	36-78-90-01	Restaurante	Internacional
501	Focaccia Trattoria	Av. La Paz 2308-1	Guadalajara	36-16-87-10	Restaurante - Bar	Italiano
502	Fonda Cantón	Av. Patria #603	Zapopan	36-73-00-72	Restaurante	China
503	Fonseca	Av. México #2047	Guadalajara	33-30-48-44	Taquería	Tacos al pastor
504	Formosa Gardens	Av. Unión #322	Guadalajara	36-15-74-15	Restaurante - Bar	Oriental
505	Fornino	Avenida Guadalupe 1899	Zapopan		Restaurante	Italiano
506	Frutas y Flores (Int del Ht Pte. Intercontinental)	Av. Moctezuma #3515	Zapopan	36-78-12-70	Restaurante - Bar	Internacional
507	Fui Jang	Av. Patria #286	Zapopan	36-29-13-64	Restaurante	China

508	Funiculá	López Cotilla #1906	Guadalajara	36-15-12-97	Restaurante	Pizzas
509	Galaxia (Int del Ht Universo)	López Cotilla # 161	Guadalajara	36-13-28-15	Restaurante	Mexicano
510	Galería Gourmet	Av. Unión #322	Guadalajara	36-16-48-29	Restaurante	Internacional
511	Gdl Country Club	Mar Caribe #260	Guadalajara	38-17-28-58	Restaurante	Internacional
512	Gema	Plaza del Sol Local 6	Zapopan	31-21-52-00	Lonchería	Comida Rápida
513	Gema	Plaza Patria, Loca 1 y 2	Zapopan	36-41-47-20	Lonchería	Comida Rápida
514	Gema Fundadores	Plaza Universidad, Local 1	Zapopan	36-10-09-69	Lonchería	Lonches
515	Gema.	Gran Plaza, Local 0-16	Zapopan	31-22-01-33	Lonchería	Comida Rápida
516	Genovés (Int del ht Plaza Génova)	Av. Juárez #123	Guadalajara	36-13-75-00	Restaurante	Internacional
517	Gil's	Prisciliano Sánchez #555	Guadalajara	36-14-31-15	Restaurante - Bar	Mexicano
518	Giovani's	Hidalgo #103	Tonalá	36-83-03-03	Pizzería	Pizzas
519	Girasoles (Int del Ht Holiday Inn Select)	Niños Héroes # 3089	Guadalajara	31-22-20-20	Restaurante	Mexicano
520	Goa	López Cotilla 1520-A	Guadalajara	36156173	Restaurante	Hindú
521	Golden (Table Dance)	Av. Lázaro Cárdenas #1051	Guadalajara	38-10-14-42	Centro Nocturno	
522	Gondoleri	Plaza Pabellón	Guadalajara	36-11-01-76	Restaurante - Bar	Italiano
523	Gorditas El Gallo	Maestranza # 195	Guadalajara	36-13-08-59	Taquería	Gorditas-Tacos
524	Gorditas Rosi	Juan R Zavala # 582	Guadalajara	33-30-86-78	Fonda	Gorditas de Guisados
525	Gourmelette	Av. Patria # 746	Zapopan	36-28-73-06	Restaurante	Baguettes-Omelete
526	Graden Kamp	Pablo Neruda #1504	Zapopan	36-42-80-13	Restaurante	Internacional
527	Greta, Rest-Café	San Uriel #691	Zapopan	36-47-05-91	Restaurante	Italiano
528	Guadalajara de Día	Porres Baranda #515	Guadalajara	36-49-68-68	Centro Nocturno	
529	Guadalupana	Czda. Independencia # 254	Guadalajara	36-14-92-68	Fonda	Comida Rápida

530	Guang-Dong	Pedro moreno # 1048	Guadalajara	38-26-87-51	Restaurante	China
531	Guelaguetza Oaxaqueña	Plaza Fiesta Arboledas# 2500	Guadalajara	31-62-01-88	Restaurante	Oaxaqueña
532	Güilos	Av. La Calma #4481	Zapopan	36-31-84-91	Lonchería	Tortas Ahogadas
533	Hacienda Navarro	Pablo Neruda #3085	Guadalajara	31-22-18-78	Restaurante - Bar	Cortes Finos
534	Hacienda Del Bosque	Paseo de la Arboleda # 753	Guadalajara	31-21-85-28	Restaurante	Mexicano
535	Hacienda La Mentirosa	José María Vigil # 2830	Guadalajara	36-42-32-53	Restaurante - Bar	Contemporánea Mexicana
536	Hacienda Navarro	Av. Lázaro Cárdenas # 3074	Guadalajara	31-22-18-44	Restaurante - Bar	Cortes Finos
537	Hacienda Navarro.	Arcos # 588	Guadalajara	31-21-11-79	Restaurante - Bar	Argentino
538	Han Kang	Av. Américas # 923	Guadalajara	38-17-00-00	Restaurante - Bar	Japonesa
539	Hangar	Av. Prolongación américas # 1413	Guadalajara	38-17-17-43	Disco	
540	Hard Rock Café	Av. Vallarta # 2524	Guadalajara	36-16-14-57	Restaurante - Bar	Americana
541	Helados Dolphy	Ramón Corona # 163	Guadalajara	36-14-41-85	Fuente de Sodas	
542	Helados Dolphy,	Plaza patria, local 13	Zapopan	36-41-56-66	Fuente de Sodas	
543	Helados Buonissimo	Manuel J. Clouthier # 625	Zapopan	31-25-49-67	Cafetería	Baguettes
544	Helados Dolphy	Fernando de Zelada # 2720	Guadalajara	36-30-14-90	Fuente de Sodas	
545	Helados Dolphy ,	Plaza del Sol, local 14	Zapopan	31-21-04-08	Fuente de Sodas	
546	Helados Dolphy .	Manuel Acuña	Guadalajara	36-41-01-51	Fuente de Sodas	
547	Helados Dolphy,	Centro comercial Oblatos	Guadalajara	38-53-48-55	fuente de Sodas	

548	Helados Dolphy.	Montevideo # 3105	Guadalajara	36-41-62-20	Fuente de Sodas	
549	Helados Dophy ,	Av. Guadalupe # 1579	Zapopan	36-47-70-35	Fuente de Sodas	
550	Heroes	Francia #19	Guadalajara	38-70-66-49	Lonchería	Tortas Ahogadas
551	Herradero (Int del Ht Posada Gdl)	Av. López Mateos Sur #1280	Guadalajara	31-21-20-22	Bar	
552	Herradero de Quitupán	Carretera Libre Zapotlanejo	Tlaquepaque	36-90-11-00	Lonchería	Tortas Ahogadas
553	Higgh,,s Pool Barra de Piedra	Niños Héroes #215-A	Guadalajara	36-35-98-25	Bar	Botanas
554	Hippo s	Plaza del Sol, local 5-C	Zapopan	31-21-00-91	Bar	
555	Hippos	Gran Plaza, Locales 19 y 11	Zapopan	31-22-35-43	Bar	Snack
556	Hiroshi	Av. La Paz #2702	Guadalajara	36-30-50-50	Restaurante	Japonesa
557	Hokkaido	Av. Rubén Darío #279	Guadalajara	36-30-03-36	Restaurante	Japonesa
558	Hostal del Peregrino (Int del Ht Santiago de Compostela)	Colon #272	Guadalajara	36-13-88-80	Restaurante - Bar	Internacional
559	Hostería de los Santos	Hidalgo # 2511	Guadalajara	36-16-94-19	Restaurante	Baguettes
560	Hostería del Ángel	5 de mayo #260	Zapopan	36-56-95-16	Restaurante - Bar	Mediterráneo
561	House Martinique	Luis Pérez Verdía #141-A	Guadalajara	36-15-05-83	Cafetería	
562	Huisache	Av. México #3980	Zapopan	38-13-01-25	Bar	
563	Humaya	Av. Patria #2360	Zapopan	31-25-21-21	Restaurante	Mexicano
564	Huyang	Tizoc #54	Zapopan	31-21-98-88	Restaurante - Bar	China
565	I Latina	Inglaterra # 3128	Guadalajara	36-47-77-74	Restaurante	Italiano
566	Il Diavolo	Av. Terranova # 1189	Guadalajara	3640 0785	Restaurante	Italiano
567	Il Duomo	Las Américas 302	Guadalajara	3615-4952	Restaurante	Italiano
568	Il Quartino Pollo Florentino	Pablo Neruda #2759	Guadalajara	36-40-16-98	Restaurante	Italiano

569	Imperial	El Parián	Tlaquepaque	36-35-24-02	Restaurante - Bar	Mexicano
570	Incotro	Fray Andrés de Urdaneta #1978	Guadalajara	38-11-20-50	Cafetería	Reposteria Italiano
571	Indio Express	Av. Vallarta #3405	Guadalajara	31-21-99-48	Restaurante - Bar	Mexicano
572	Inizio	Av. Vallarta #2201	Guadalajara	36-15-85-86	Bar	
573	Internacional (Int del Ht Internacional)	Pedro Moreno #570	Guadalajara	36-13-03-30	Restaurante - Bar	Mexicano
574	Isabel (Int del Ht Isabel)	José Guadalupe Montenegro #1572	Guadalajara	38-26-26-30	Restaurante	Mexicano
575	Islas Marías	Prol. Av. López Mateos, Km 19.5	Tlajomulco	36-86-20-72	Restaurante - Bar	Mariscos
576	Italianis	Av. Vallarta #2425	Guadalajara	36-16-23-87	Restaurante - Bar	Italiano
577	Jacarandas (Int del Ht Crowne Plaza)	Av. López Mateos #2500	Zapopan	36-34-10-34	Restaurante - Bar	Internacional
578	Jalapeños	Fco. I Madero #23	Tonalá	36-83-01-44	Restaurante	Mexicano
579	Janitzio	Álvaro Obregón #799	Guadalajara	36-54-33-09	Restaurante - Bar	Mexicano
580	Jardín (Int del Ht Vista Plaza del Sol)	Av. López Mateos #2375	Zapopan	36-47-88-90	Cafetería	
581	Jesse James	Ramos Millan #995	Guadalajara	38-23-28-69	Disco	
582	Joao Carioca Taco Gigante	Av. Federalismo Sur #227	Guadalajara	35-14-78-90	Taquería	Torito Brasileño
583	Juve	Pino Suarez # 487	Zapopan	36-33-71-30	Restaurante	Mariscos
584	Kamilo´s 333	Clemente Orozco # 333	Guadalajara	38-25-68-79	Restaurante	Carnes en su jugo
585	Kappéh, Café-Galería	Av. México # 2513	Guadalajara	36-15-60-73	Cafetería	Baguettes-Crepas
586	Kareshy	Faro # 2590	Guadalajara	31-23-00-72	Restaurante	Japonesa
587	Karlo´s	Av. Ruben Darío #1549	Guadalajara	38-17-23-40	Restaurante	Lonches
588	Karne s Garibaldi	Av. Rafael Sanzio 150	Zapopan	31-65-20-42	Restaurante	Carnes en su

		L. FF10				jugo
589	Karnes Garibaldi	Av. Mariano Otero # 3019	Guadalajara	31-23-26-07	Restaurante	Carnes en su jugo
590	Karnes Garibaldi	Garibaldi #1306	Guadalajara	38-26-12-86	Restaurante	Carnes en su jugo
591	Karnes Garibaldi	Av. Vallarta No. 3959 L. O9	Zapopan	36211600	Restaurante	Carnes en su jugo
592	Karnes Garibaldi	Av. Juan Gil Preciado 1999	Zapopan	33643506	Restaurante	Carnes en su jugo
593	Karnes Garibaldi	Marcelino García Barragán 1627	Guadalajara	36503499	Restaurante	Carnes en su jugo
594	Kee-Tal, Karaoke & Bar	Pedro Moreno # 525-A	Guadalajara	36-14-16-75	Bar	
595	Kentucky Fried Chiken	Clzda. Independencia #141	Guadalajara	36-13-63-77	Restaurante	Pollo
596	Kentucky Fried Chiken	Av. México #3370	Guadalajara	38-13-23-64	Restaurante	Pollo
597	Kentucky Fried. Chiken	Av. López Mateos # 5295	Zapopan	36-34-29-35	Restaurante	Pollo
598	Kentucky Fried Chiken	Circ. División del Norte # 273	Guadalajara	36-37-43-33	Restaurante	Pollo
599	Kentucky Fried Chiken	Av. Juárez # 419	Guadalajara	36-14-57-89	Restaurante	Pollo
600	Kentucky Fried Chiken.	Av. Rio Nilo #7550	Tonalá	36-80-48-46	Restaurante	Pollo
601	Kentucky Fried Chiken.	AV. Tonaltecas # 55	Tonalá	36-83-53-83	Restaurante	Pollo
602	Kentucky Fried. Chiken	Av. Ávila Camacho # 2901	Zapopan	36-36-79-79	Restaurante	Pollo
603	Kentucky Fried. Chiken	Av. Plaza del Sol #297	Zapopan	31-22-03-06	Restaurante	Pollo
604	Kentucky. Fried Chiken	Félix Palavicini #2146	Guadalajara	38-23-29-21	Restaurante	Pollo
605	Kentucky. Fried Chiken	Niños Héroes # 2010	Guadalajara	36-15-19-28	Restaurante	Pollo
606	Killmex	Av. San Ignacio #302	Zapopan	36-47-44-45	Restaurante - Bar	Argentino
607	Klio Club	Av. Américas # 318	Guadalajara	36-30-24-11	Disco	
608	Kokkino Bar	Fco. De Miranda #30	Tlaquepaque	38-38-35-29	Restaurante - Bar	Mexicano
609	K-SHI-TOKO	Fco de Miranda # 26-A	Tlaquepaque	38-38-00-71	Restaurante	China

610	La Chata	Federación #250	Guadalajara	36-17-28-53	Restaurante	Mexicano
611	La Diferencia	5 de mayo # 621	Guadalajara	36-19-09-62	Restaurante	Mexicano
612	La Enramada	Av. Mariano Otero # 5700	Zapopan		Restaurante	Mexicano
613	La Flor de Córdoba	Plaza Arboledas Local 1Zb	Zapopan	38-10-20-36	Cafetería	
614	La Gorda	Juan Álvarez #1336	Guadalajara	38-25-22-39	Restaurante	Mexicano
615	La Gorda.	Av. Guadalupe # 1569	Zapopan	36-47-71-33	Restaurante	Mexicano
616	La Molienda del Café	Av. Guadalupe #6210	Zapopan	36-28-01-11	Restaurante	Desayunos
617	La pastería	Av. Terranova 1171 esq. c/ Turin	Guadalajara		Restaurante	Italiano
618	La Perla del Pacifico	Carretera a los altos # 332	Tlaquepaque	36-90-15-37	Restaurante	Mariscos
619	La Playita	Ocampo # 125	Guadalajara	36-14-00-04	Lonchería	
620	La Alemana	Miguel Blanco #871	Guadalajara	36-13-11-48	Restaurante - Bar	Mexicano
621	La Antigua	Morelos # 371	Guadalajara	39-15-92-72	Restaurante	Mexicano
622	La Antigua Escondida	Av. Tonalá #114	Tonalá	33-31-08-17	Restaurante - Bar	
623	La Artesanal	Jesús García 2347	Guadalajara	36156356	Restaurante	Cortes
624	La Ballenita Feliz	Reforma #278	Tlaquepaque	36-35-61-58	Restaurante	Mariscos
625	La Barra de Moreño	Pedro Moreno #1051-A	Guadalajara	38-27-12-34	Bar	
626	La Barra de Tomas	8 de Julio #762	Guadalajara	31-33-19-37	Bar	Botanas
627	La Bendición	Av. Federalismo # 85	Guadalajara	36-58-33-64	Lonchería	Tortas y Hamburguesas
628	La Bocha	Av. Providencia 2880	Guadalajara		Restaurante	Argentino
629	La Bodeguita (Int del Ht Villas de Don Blas)	Cerrada de Altamira #10	Tonalá	36-83-25-88	Bar	Botanas
630	La Bodeguita del Medio	Av. Vallarta #2320	Guadalajara	36-30-10-20	Restaurante - Bar	Cubana
631	La Bolognesa	León Tolstoi 4990 Esq. Av. Patria	Zapopan		Restaurante	Italiano

632	La Buena Mesa	Av. Guadalupe # 674	Guadalajara	31-20-68-09	Fonda	Mexicano
633	La Buena Vida	Prolongación Alcalde #2382	Guadalajara	38-48-87-27	Bar	
634	La Cabaña Gorditas	Carretera A Chapala, km 14	Tonalá	36-88-64-09	Restaurante	Mexicano
635	La Cabañita	Plaza del Sol, local 23	Zapopan	36-47-69-43	Lonchería	Lonches
636	La Cafetería del Sanatorio Guadalajara	Justo Sierra # 2130	Guadalajara	36-15-09-09	Cafetería	
637	La Calle	Autlán # 2	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
638	La Carabela (Int del Ht Plaza Génova)	Av. Juárez #123	Guadalajara	36-13-75-00	Restaurante	Mexicano
639	La Carencia	Condoplaza del Sol, local 80	Zapopan	31-22-68-68	Restaurante - Bar	Mexicano
640	La Carreta	Jorge Álvarez del Castillo # 1070	Guadalajara	38-17-10-25	Restaurante	Pollo
641	La Casa de Don Manuel 1953	Luis Pérez Verdia #38	Guadalajara	36-15-49-03	Restaurante - Bar	Mexicano
642	La Casa de los Moles	Diagonal Isabel Prieto #766	Guadalajara	36-42-70-64	Restaurante - Bar	Mexicano
643	La Casa de los Pancakes	12 de Diciembre # 1368	Zapopan	31-22-31-08	Restaurante	Desayuno Mexicano
644	La Casa de los Panques	Av. México# 2165	Guadalajara	36-15-02-63	Restaurante	Mexicano
645	La Casa del Sapo	Av. Providencia # 2916	Guadalajara	36-42-36-30	Restaurante - Bar	Mariscos
646	La Casa del Waffle	Av. Lázaro Cárdenas # 3121	Guadalajara	31-22-39-70	Restaurante - Bar	Internacional
647	La Casona del Bucanero	Hidalgo # 17	Tlaquepaque	36-39-64-72	Restaurante	Mariscos
648	La Catrina	Juárez # 200	Tlaquepaque		Restaurante	Internacional
649	La Cava	Herrera y Cairo # 258	Guadalajara	36-14-51-96	Bar	
650	La Champaneria	López cotilla 1825	Guadalajara		Restaurante	Italiano
651	La Chapulina	Liceo # 306	Guadalajara	36-13-57-53	Restaurante - Bar	Mexicano
652	La Charla	Av. Vallarta # 1095	Guadalajara	38-25-38-92	Cafetería	

653	La Chata	Ramón Corona # 126	Guadalajara	36-13-13-15	Restaurante	Mexicano
654	La Chata	Av. Terranova # 405	Guadalajara	36-41-18-53	Restaurante	Mexicano
655	La Chata.	Fco. Zarco #2277	Guadalajara	36-15-75-51	Restaurante	Mexicano
656	La Chiquita	Gómez Farías # 32	Guadalajara	36-18-84-94	Bar	
657	La Chueca	López Cotilla #1988	Guadalajara	36-15-59-40	Bar	
658	La Chuza	Fernando de Zelada #2856	Guadalajara	36-16-56-30	Restaurante	Carnes Asadas
659	La Copa de Champagne	Circunvalación Providencia #1090	Guadalajara	38-17-28-55	Bar	Botanas
660	La Corajudas de Otero	Mariano Otero #3565	Zapopan	31-24-05-51	Restaurante	Mexicano
661	La Coronilla	Morelos 666	Guadalajara	36-14-81-23	Restaurante	Internacional
662	La Cossa Nostra	Circunvalación Div del Norte # 803	Guadalajara	38-24-23-13	Pizzería	Pizzas
663	La Cucaracha	Av. Moctezuma # 70	Zapopan	31-23-00-30	Bar	
664	La Cuina	Av. Niño Obrero 820-3	Guadalajara		Restaurante	Mediterráneo
665	La Diablita Cantina	Lázaro Cárdenas #3475	Guadalajara	31-21-91-18	Bar	Botanas
666	La Diferencia	López Cotilla # 1394	Guadalajara	38-26-40-32	Restaurante	Cocina Económica
667	La Divina Tentación	Av. México # 2916	Guadalajara	36-42-72-42	Restaurante	Mexicano
668	La Docena Oíste Bar & Grill	Av. Américas 1491	Guadalajara		Restaurante	Mariscos
669	La Dolce Bar	Av. Patria #2591	Zapopan	33-44-99-08	Bar	Botanas
670	La Dolce Vita	López Cotilla No. 1976	Guadalajara	36153424	Restaurante	Italiano
671	La Enramada	Av. López Mateos Sur # 2032	Zapopan	36-84-00-08	Restaurante - Bar	Mexicano
672	La Enredadera	Av. Sn Ignacio #450	Zapopan	36-47-71-01	Restaurante	Mexicano
673	La Escalera	Donato Guerra # 6	Guadalajara		Bar	
674	La Escondida	Antonio Rosales #223	Guadalajara	36-17-12-93	Fonda	Mexicano
675	La Espuma	Manzano #348	Guadalajara	12-00-54-20	Cafetería	Ensaladas y pastel
676	La Esquina	Golfo de Cortes 4186	Guadalajara	3813 0513	Restaurante	Hamburguesas
677	La Estancia (Int del Ht del	Juárez #845	Guadalajara	38-25-42-85	Bar	

	Parque)					
678	La Estancia de los Tarros	Av. Mariano Otero #2407	Zapopan	36-31-05-39	Bar	Botanas
679	La Estancia Gaucha	Av. Niños Héroes #2680	Guadalajara	31-22-65-65	Restaurante - Bar	Argentino
680	La Faena	Gigantes #1552	Guadalajara	36-49-04-21	Restaurante - Bar	Mexicano
681	La Fiesta (Int del Ht Fiesta Inn Gdl)	Av. Mariano Otero #1550	Zapopan	36-69-32-00	Restaurante - Bar	Mexicano
682	La Flor de Córdoba	Plaza Patria Local 4	Zapopan	36-41-59-86	Cafetería	
683	La Flor de Córdoba	La Gran Plaza Local M-12	Zapopan	31-22-34-70	Cafetería	
684	La Flor de Calabaza (Int del ht Gdl Plaza Expo)	Av. Mariano Otero #3261	Zapopan	36-69-02-15	Restaurante	Internacional
685	La Flor de Córdoba	Santa Mónica # 100	Guadalajara	36-13-30-43	Cafetería	
686	La Flor de Sahuayo	Enrique Díaz de León # 439	Guadalajara	38-26-39-93	Taquería	
687	La Focaccia Trattoria	Miguel de Cervantes 2308-1	Guadalajara	36168710	Restaurante	Italiano
688	La Fonda Argentino	Av. Mariano Otero #3990	Zapopan	33-43-74-70	Restaurante - Bar	Argentina
689	La Fonda de Don Pedro	Belisario Domínguez #557	Guadalajara	36-17-16-99	Restaurante	Mexicano
690	La Fonda de la noche	Jesús #251	Guadalajara	38-27-09-17	Restaurante	Durango
691	La Fonda de San Miguel Arcángel	Donato Guerra #25	Guadalajara	36-13-07-93	Restaurante - Bar	Mexicano
692	La Forja (Int del Ht de Mendoza)	Venustiano Carranza #16	Guadalajara	36-13-78-09	Restaurante	Internacional
693	La Fragola	Pedro Moreno # 1002	Guadalajara	38-26-52-96	Cafetería	Helados
694	La Fronda	Aurelio Aceves #225	Zapopan	38-25-34-34	Restaurante - Bar	Internacional
695	La Fuente	Alvar obregón #721	Guadalajara	36-17-20-72	Restaurante	Mexicano
696	La Fuente (Int del Ht Crowne Plaza)	Av. López Mateos Sur #2500	Zapopan	36-34-10-34	Restaurante	Mexicano

697	La Fuente (Int del Ht Malibu)	Av. Vallarta #3993	Zapopan	31-21-77-82	Restaurante	Mexicano
698	La Fuente, Cantina	Pino Suarez	Guadalajara		Bar	
699	La Gloria	Centro Comercial Atemajac local 3	Guadalajara	38-24-37-92	Restaurante	Mexicano
700	La Gorda	Av. Corona #181	Guadalajara	36-13-71-85	Restaurante	Mexicano
701	La Gorda.	Pedro Simón La Place # 5645	Zapopan	31-33-41-53	Restaurante	Mexicano
702	La Gorda.	Niños Héroes # 2810	Guadalajara	31-21-21-26	Restaurante	Mexicano
703	La Gran Fonda	AV. Ávila Camacho #2012	Guadalajara	38-23-05-66	Restaurante - Bar	Mexicano
704	La Grelha	Terranova #1045 José María Vigil	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
705	La Gruta	Paseo Degollado # 118	Guadalajara	36-13-23-30	Bar	
706	La Guajira Salsa Club	Pedro Moreno # 1540	Guadalajara	36-15-03-39	Bar	
707	La Guarida de los Pérez	Av. López Mateos # 180	Guadalajara	36-15-63-70	Restaurante - Bar	Campestre
708	La Hora Azul	Av. Lapislázuli #3420	Zapopan	36-31-32-78	Bar	
709	La Hostería del Ángel	5 de Mayo 260	Zapopan	36569516	Restaurante	Internacional
710	La Huerta	Av. Vallarta #5005	Zapopan	31-34-24-24	Restaurante - Bar	Internacional
711	La Ideal	Ottawa 1581	Guadalajara	36413059	Cafetería	
712	La Incondicional	Av. México #2916	Guadalajara	36-40-15-92	Bar	Snack
713	La Jijurria	20 de Nov #351	Zapopan	33-42-91-06	Bar	Botanas
714	La Lidia	Valparaíso 2367 Locales J15-A y J16	Guadalajara	3817 0431	Restaurante	Español
715	La Leyenda	AV. México #2409	Guadalajara	36-16-43-62	Restaurante - Bar	Italiano
716	La loba Loca	Pablo Neruda # 2922	Guadalajara	36-41-97-84	Restaurante	Mariscos
717	La Lobina Loca	Av. Revolución #2778	Guadalajara	36-57-75-92	Restaurante	Mariscos
718	La Lotería	Amado Nervo #45	Guadalajara	36-15-83-76	Bar	
719	la Luz	5 de Febrero#1440	Guadalajara	36-19-88-93	Cafetería	Desayunos

720	La Maestranza	Maestranza #179	Guadalajara	36-13-58-78	Bar	Botanas
721	La Mandarina	Czda. Independencia Sur #162	Guadalajara		Restaurante	Internacional
722	La Manzana de Sarita	Av. Américas #848	Guadalajara	36-42-97-38	Restaurante	Vegetariana
723	La Mata Tinta	Juárez # 145	Tlaquepaque	36-59-02-07	Restaurante	Mexicano
724	La Matera	Av. México #2891	Guadalajara	36-16-16-26	Restaurante	Argentina
725	La Medina de Fez	Pedro Loza # 230	Guadalajara	36-58-42-58	Restaurante	Marroquí
726	La Mestiza	Terranova 1040	Guadalajara	3640-2820	Restaurante	Mexicano
727	La Milonga	Agustín Yáñez #2760	Guadalajara	35-40-97-02	Restaurante	Argentino
728	La Mitotera	Av. Unión #496	Guadalajara	36-63-53-15	Cafetería	
729	La Molienda del Café	Juan de Dios Robledo # 680	Guadalajara	36-44-28-55	Restaurante	Desayunos
730	La Molienda de Café	Av. Lapislázuli 3109	Guadalajara	32-33-53-76	Restaurante - Bar	Desayunos
731	La Montera	Av. Vallarta 1949	Guadalajara	3311885075	Restaurante	Mediterráneo
732	La Morada Romántica	Plan de San Luis	Guadalajara		Bar	
733	La Moresca	López Cotilla #1835	Guadalajara	36-16-82-77	Restaurante	Italiano
734	La Mutualista	Fco. I. Madero #553	Guadalajara	36-14-21-76	Bar	Botanas
735	La Noche Azul	López Mateos # 800	Guadalajara	36-30-63-89	Restaurante - Bar	Francés
736	La Nueva Flor de Sahuayo	Enrique Díaz de León	Guadalajara	38-26-30-67	Fonda	
737	La O	José Guadalupe Zuno #2152	Guadalajara	36-30-22-48	Restaurante - Bar	Italiano
738	La Ofrenda	López Mateos Sur #2198	Zapopan	31-23-07-28	Restaurante - Bar	Internacional
739	La Ola	Av. Guadalupe # 5715	Zapopan	31-25-55-05	Restaurante	Mariscos
740	La Oveja Negra	Av. Vallarta #4454	Zapopan	31-21-97-22	Disco	
741	La Palapa	Galileo Galilei # 3729	Zapopan	36-32-97-19	Restaurante - Bar	Mariscos
742	La Panga del Impostor	Avenida La Paz 1927-A	Guadalajara		Restaurante	Mariscos
743	La Parrilla Argentino	Fernando Celada # 176	Guadalajara	36-15-73-61	Restaurante - Bar	Argentino

744	La Parrilla del Mesón	Independencia #328	Tlaquepaque	14-04-41-50	Restaurante - Bar	Mexicano
745	La Pasta Taberna	AV. Tepeyac #1020	Zapopan	36-93-04-16	Restaurante - Bar	Mexicano
746	La Pérgola	Niños Héroes #23	Guadalajara	36-14-72-72	Restaurante	Internacional
747	La Perla del Pacifico	Patria # 496	Zapopan	36-29-03-38	Restaurante	Mariscos
748	La Pianola	Av. México #3220	Guadalajara	38-13-13-18	Restaurante - Bar	Mexicano
749	La Pizzería Italiano	Av. Américas #848	Guadalajara	36-41-33-01	Pizzería	Pizzas
750	La Playita	Pedro Moreno #470	Guadalajara	36-13-99-91	Lonchería	
751	La Playita.	Plaza del Sol Local 3	Zapopan	31-21-36-60	Lonchería	
752	La Romería	Av. Javier Mina #182	Zapopan	36-33-41-28	Restaurante	Mexicano
753	La Salsa Tapatía	Periférico Norte #221	Zapopan	36-33-19-25	Taquería	
754	La Santa	Efrain Gzlz Luna #2061	Guadalajara	36-16-52-51	Bar	
755	La Santera	López Cotilla #1886	Guadalajara	35-63-99-46	Restaurante - Bar	Internacional
756	La Sartén	Cuauhtémoc #192	Guadalajara	31-22-01-44	Restaurante	Mexicano
757	La Selva	López Cotilla # 2008	Guadalajara	36-30-96-23	Restaurante	Mexicano
758	La Taberna	Mariano Otero #4261	Zapopan	36-31-84-43	Bar	Botanas
759	La Taberna de Mou	Pedro Buzeta # 521	Guadalajara	35-85-80-05	Restaurante - Bar	Mariscos
760	La Tequila	Avenida México #2830	Guadalajara	36403440	Restaurante	Mexicano
761	La Terraza	Av. Juárez #442	Guadalajara	36-58-36-91	Cafetería	
762	La Terraza de la Abuela	Av. Tepeyac #4048	Zapopan	36-47-70-34	Restaurante	Mexicano
763	La Toma	Juárez # 67	Tlaquepaque		Restaurante - Bar	
764	La Trattoria Pomodoro	Niños Héroes # 3051	Guadalajara	31-22-18-17	Restaurante - Bar	Italiano
765	La Tumbona	Av. Patria #405	Zapopan	31-65-19-54	Restaurante - Bar	Internacional
766	La Unión	AV. Américas # 26	Guadalajara	36-15-18-43	Restaurante	Mexicano
767	La Vaca Argentina	Tomas V. Gómez # 25	Guadalajara	36301160	Restaurante	Argentino

768	La Vecina	Sta. Margarita #4868	Zapopan	38-32-38-81	Restaurante	Argentino
769	La Vereda	López Cotilla # 1980	Guadalajara	31-24-03-93	Restaurante	Carnes Asadas
770	La Vía Plata	La Paz #2121	Guadalajara	36-15-51-02	Cafetería	
771	La Victoria	Manuel Acuña # 1511	Guadalajara	38-25-42-21	Fonda	Birria
772	La Vid	Prisciliano Sánchez #115	Tlaquepaque	12-03-03-27	Restaurante	Internacional
773	La Vite	Rafael Sanzio #658	Zapopan	36-20-30-20	Restaurante	Italiano
774	La Zona	Pablo Neruda #3180	Guadalajara		Fonda	Mexicano
775	La Zona Bar	Av. Vallarta #3005	Guadalajara	36-16-96-76	Bar	
776	La Zufrida	Liceo #379	Guadalajara	36-13-89-23	Bar	Botanas
777	Lady Baguett´s	Pablo Neruda # 4092	Zapopan	36-43-46-54	Restaurante	Italiano
778	Laffite	España # 2095	Guadalajara	36-15-66-45	Bar	Botanas
779	Lafolie	Av. Chapalita # 120-A	Guadalajara	31-21-09-21	Disco	
780	Langostinos	Naciones Unidas # 4885	Zapopan	36-29-93-34	Restaurante	Mariscos
781	Las Berny	Av. Terranova	Guadalajara		Restaurante	Hamburguesas
782	Las Vías	Av. Inglaterra	Zapopan	36-73-00-19	Lonchería	Tortas Cubanas
783	Las 9 esquinas	Colon # 384	Guadalajara	36-13-62-60	Restaurante	Mexicano
784	Las Ahogadas de Mariano	Mariano Otero #2200	Zapopan	36-31-56-93	Lonchería	Tortas Ahogadas
785	Las Brasas	Av. Providencia # 2461	Guadalajara	36-40-04-25	Restaurante	Hamburguesas
786	Las Calandrias	Av. Sn Ignacio #78	Zapopan	36-47-45-28	Restaurante	Mexicano
787	Las Carretas	Álvarez del Castillo #1070	Guadalajara	38-17-10-25	Restaurante	Pollo
788	Las Caserolas	Plaza las Fuentes local 7	Zapopan	36-32-18-99	Restaurante	Mexicano
789	Las Flautas	Av. Guadalupe # 1575	Zapopan	31-22-45-38	Taquería	
790	Las Gaoneras	Plaza las palmas local 2	Zapopan	35-87-36-00	Restaurante	Mexicano
791	Las Jaulas	Corona #160	Guadalajara	36-14-57-14	Restaurante - Bar	Internacional
792	Las Originales hermanas Coraje	Chicago # 1280	Guadalajara	36-19-27-35	Restaurante	Mexicano
793	Las Originales Hermanas	Av. México #3700	Zapopan	38-13-36-94	Restaurante	Mexicano

	Coraje.					
794	Las palmas	Lázaro Cárdenas # 1060	Guadalajara		Restaurante	Buffete Mexicano
795	Las Rejas	López Mateos Sur #1280	Guadalajara	31-21-02-22	Restaurante	Internacional
796	Las Sombrillas del Hospicio	Paseo del Hospicio #105	Guadalajara	36-18-96-66	Restaurante	Molcajetes
797	Las Tapas de Ronda	Av. Vallarta #2477	Guadalajara	36-15-02-88	Restaurante	Española
798	Las Tazas Deli Café	Magno centro Joyero	Guadalajara	35-62-23-60	Restaurante	Baguettes
799	Las Trancas	Plaza del Sol Local 3	Zapopan	36-47-50-60	Restaurante - Bar	Mexicano
800	Las Viandas	Juárez # 27	Tlaquepaque	36-59-62-96	Restaurante	Alta Cocina
801	Las Vías	Av. México #3311	Guadalajara	36-47-98-14	Lonchería	Tortas Cubanas
802	Lasagne e Vía	Golfo de Cortes # 4182	Guadalajara	38-13-15-50	Restaurante	Lasaña
803	Lavanda crepería	Colomos 2551	Zapopan		Restaurante	Francés
804	Le Bistro, Le Cave & Le Jardín	López Cotilla 1480 Col. Americana	Guadalajara	36151800	Restaurante	Francés
805	Le Lé	Rafael Sanzio # 171	Guadalajara	36-29-09-82	Restaurante	China
806	Le Jardín	Morelos # 2244	Guadalajara	36-30-17-27	Restaurante	Mexicano
807	Le Lé	Circunvalación # 1715	Guadalajara	38-23-55-02	Restaurante	China
808	Le Lé.	Tepeyac # 4648	Guadalajara	36-47-49-80	Restaurante	China
809	Le Nuit	Patria #714	Guadalajara	12-04-97-72	Restaurante	Fusión
810	Leo	Manuel Acuña # 2381	Guadalajara	36-15-59-04	Lonchería	Comida Corrida
811	Lido	Colon # 294	Guadalajara	36-14-03-60	Restaurante	Mexicano
812	Lindo Michoacán	Rio de la Barca # 1614	Guadalajara	36-39-65-43	Fuente de Sodas	
813	Lindo Sinaloa	Av. Guadalupe # 6000	Zapopan	36-20-76-81	Restaurante	Mariscos
814	Link (gay)	La paz # 2199	Guadalajara	33-31-38-40	Restaurante	Lounge
815	Lisboa	Fresno # 2001	Guadalajara	38-12-90-79	Fonda	
816	Little India	Miguel de Cervantes #149	Guadalajara	3630 9315	Restaurante	Hindú
817	Lo Mejor del Mundo	Carretera a Chapala	Tlajomulco	31-61-60-70	Restaurante	Carnes Asadas

		Km 23				
818	Lo Sputino	Ruben Darío # 445	Guadalajara	36-30-08-65	Cafetería	Desayunos
819	Lobby Bar Atardecer	Carretera a Chapala # 6.5	Tlaquepaque	38-37-29-29	Bar	Botanas
820	Lobby Bar del Hotel Fiesta Inn	Av. Mariano Otero #1550	Guadalajara	36-69-32-00	Bar	
821	lobby Bar del Hotel Francés	Maestranza # 35	Guadalajara	36-13-11-90	Bar	
822	Lobby Bar del Hotel Gdl Plaza Expo	Av. Mariano otero # 3261	Guadalajara	36-69-02-15	Bar	
823	Lobby Bar del Hotel Lafayette	Av. La Paz #2055	Guadalajara	36-15-02-52	Bar	
824	Lobby Bar del Hotel Presidente Intercontinental	Av. López Mateos Sur # 3515	Zapopan	36-78-12-34	Bar	
825	Lobby Bar del Ht Fiesta Americana	Aurelio Aceves # 225	Guadalajara	38-25-34-34	Bar	
826	Lobby Bar El Colibrí	Morelos # 2244	Guadalajara	36-30-17-27	Bar	
827	Lobby Bar El Puerto	Av. Juárez #123	Guadalajara	36-12-75-00	Bar	
828	Lobby Bar Entre Amigos	Av. López Mateos #2375	Zapopan	38-80-06-60	Bar	
829	Lobby Bar Manglar	Av. López Mateos Sur #2500	Zapopan	36-34-19-34	Bar	Botanas
830	Lobby Cherry	Av. Circ. Providencia #1034	Guadalajara	38-17-38-97	Bar	
831	Loco Loco Bar	AV. Nicolás Copérnico #3675	Zapopan	31-33-07-22	Restaurante - Bar	Mexicano
832	Lonches Amparito	Terranova #1229	Guadalajara	3642-1242	Lonchería	
833	Long-Fung	Av. México # 3257	Guadalajara	36-47-91-45	Restaurante	Cantonesa
834	Los Arcos	Av. Lázaro Cárdenas # 3549	Zapopan	31-22-37-20	Restaurante - Bar	Mariscos
835	Los Chilaquiles	Lázaro Cárdenas 2729	Guadalajara	3647 8336	Restaurante	Mexicano
836	Los Inmortales	Av. Patria 155	Guadalajara		Restaurante	Argentino
837	Los Petates	Czda del Ejercito	Guadalajara	36-19-72-69	Restaurante	Carnes Asadas

		#1319				
838	Los 3 potrillos	Km. 20.3 Carr. Guadalajara-Chapala	Tlajomulco	31-61-58-58	Restaurante - Bar	Mexicano
839	Los Aguacates	Santa Mónica #1010	Guadalajara	36-14-16-17	Restaurante - Bar	Mexicano
840	Los Amigos	Industria #1099	Guadalajara	36-17-11-56	Bar	Botanas
841	Los Ángeles	Los Ángeles #552	Guadalajara	36-50-25-70	Bar	
842	Los Arcángeles	AV. México #2727	Guadalajara	36-69-06-02	Restaurante - Bar	Mexicano
843	Los Arcos	Av. Acueducto #6050	Zapopan	36-11-09-10	Restaurante	Mariscos
844	Los Bisquets de Obregón	Av. Alcalde #140	Guadalajara	36-14-13-85	Restaurante	Mexicano
845	Los Boxitos	Av. Terranova #1421	Zapopan	36-22-42-58	Restaurante	Yucateca
846	Los Burgueses	Allende # 132	Tlaquepaque	36-59-36-16	Fonda	Antojitos Mexicanos
847	Los Burócratas	Justo Corro #2127	Guadalajara	36-39-38-59	Lonchería	
848	Los Burritos de Moyahua	Carretera a Chapala Km 25	Guadalajara	35785421	Fonda	Mexicano
849	Los Cabritos	Independencia # 16	Guadalajara	36-58-17-08	Bar	
850	Los Cantaros	Circ. División del Norte #673	Guadalajara	38-53-75-19	Restaurante	Mexicano
851	Los Caporales	Pablo Neruda #2759	Guadalajara	35-85-73-01	Bar	Mexicano
852	Los Cazos	Colon # 2628	Guadalajara	36-45-10-93	Fonda	Carnitas
853	Los Chilaquiles	Av. Lázaro Cárdenas #2729	Guadalajara	36-47-87-73	Restaurante - Bar	Mexicano
854	Los Columpios	Av. Lapislázuli	Zapopan	36-34-16-55	Bar	
855	Los Compadres	Arista# 1451	Guadalajara	38-25-71-04	Restaurante	Mariscos
856	Los Famosos Equipales	Juan Álvarez # 710	Guadalajara	36-14-15-00	Restaurante - Bar	Mexicano
857	Los Gavilanes Campestres	Carretera a Morelia Km 15.5	Tlajomulco	36-86-12-59	Restaurante - Bar	Mexicano
858	Los Geranios	Hidalgo #71	Tonalá	36-83-00-10	Restaurante	Internacional
859	Los Girasoles	Juárez # 65	Tlajomulco	37-98-12-12	Fonda	Casera
860	Los Hacendados	Sta. Teresa de Jesús	Zapopan	36-47-24-50	Restaurante	Mexicano

		#810				
861	Los Inmortales	Av. Patria %155	Zapopan	36-29-66-57	Restaurante - Bar	Argentino
862	Los Itacates	Av. Chapultepec Norte #110	Guadalajara	38-25-28-65	Restaurante - Bar	Mexicano
863	Los Laureles	Av. México #2605	Guadalajara	36-16-56-46	Restaurante	Mexicano
864	Los Laureles (Int del Ht EL Tapatío)	Carretera a Chapala Km 6.5	Tlaquepaque	38-37-29-29	Restaurante	Internacional
865	Los Merequetengues	Florida #83	Tlaquepaque	36-39-38-14	Restaurante	Mexicano
866	Los Molcajetes	Av. Colon #2664	Guadalajara	38-11-39-17	Restaurante	Carnes Asadas
867	Los Naranjitos	Diamante #2544	Guadalajara	31-23-03-81	Restaurante	Francés
868	Los Otates Galería	Av. México #2455	Guadalajara	36-30-28-55	Restaurante	Mexicano
869	Los Petates	Circunvalación División del Norte #608	Guadalajara	38-23-72-42	Restaurante	Carnes Asadas
870	Los Portales	Clzda Independencia #390	Guadalajara	36-18-07-19	Restaurante	Pollo
871	Los Remedios	Av. Lázaro Cárdenas #4002	Zapopan	36-21-13-20	Restaurante - Bar	Mexicano
872	Los Tejabanes de Mayahuel	Av. De los Maestros	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
873	Los Vitrales	Av. De las Rosas #2933	Guadalajara	36-78-05-05	Restaurante	Mexicano
874	Lucky	AV. Plaza del Sol #289	Zapopan	31-21-45-36	Restaurante	China
875	Lucky Golden Sea	Av. México #3161	Guadalajara	33-33-09-03	Restaurante	Internacional
876	Lula Bistro	San Gabriel 3030	Guadalajara	36476423	Restaurante	Bistro
877	Luscherly	Duque de Rivas # 5	Guadalajara	36-16-29-88	Restaurante	Suiza
878	Ma come No	Av. Américas #306	Guadalajara	36-15-49-52	Restaurante	Internacional
879	Macao	Clzda. Independencia	Guadalajara	36-14-35-45	Restaurante	China
880	Madoka	Enrique González Martínez # 78	Guadalajara	36-13-06-49	Cafetería	
881	Madrid	Av. Juárez #254	Guadalajara	36-14-95-04	Cafetería	Desayunos
882	Maggiani´s Italian Cuisine	Capuchinas 2830	Guadalajara		Restaurante	Italiano

883	Mahoma	Av. Américas #1939	Zapopan	31-26-20-25	Disco	
884	Malaga	Av. 16 de Sept	Guadalajara	36-14-38-15	Restaurante	Mexicano
885	Manda Lai	Nueva Escocia # 1502	Guadalajara	36-41-86-02	Restaurante	Japonesa
886	Mandu	Rafael Sanzio #150	Zapopan	36-73-23-19	Restaurante	Japonesa
887	Manhattan Retro Bar	Av. Patria # 1123	Zapopan	36-28-11-48	Bar	Martinis
888	Manolo	Niños Héroes #1391	Guadalajara	38-12-15-48	Restaurante	Mexicano
889	Manolo´s	AV. Mariano Otero #1510	Zapopan	31-22-22-44	Restaurante	Internacional
890	Marengo	Niño Obrero # 618	Zapopan	35-86-67-27	Restaurante	Internacional
891	María Elena	Av. Patria #500	Guadalajara	36-13-65-13	Fonda	
892	Mariscos Chilo	Paseo del Hospicio #105	Guadalajara	36-18-69-66	Restaurante	Mexicano
893	Mariscos El Carnal	Carretera Guadalajara -Morelia	Tlajomulco	36-12-50-67	Restaurante	Mariscos
894	Mariscos el Estrella	Av. Pedro Parra Centeno	Tlajomulco	12-50-26-26	Fonda	Mariscos
895	Mariscos Galeana	Galeana # 154	Guadalajara	31-24-33-92	Restaurante	Mariscos
896	Mariscos Pacifico	Av. Enrique Díaz de león # 305	Guadalajara	38-27-29-75	Restaurante	Mariscos
897	Maroma Beach	Av. Circunvalación #668	Guadalajara	10-77-48-30	Bar	Botanas
898	Martin	Colon #901	Guadalajara	36-19-66-58	Bar	
899	Martinique	López Cotilla #2071	Guadalajara	36-16-04-13	Cafetería	
900	Masayume	Av. La paz #2529	Guadalajara	33-43-47-15	Restaurante	Japonesa
901	Mascusi	Republica #416	Guadalajara	36-17-11-84	Bar	
902	Mat´s	Mezquitan #95	Guadalajara	36-14-43-38	Lonchería	Tortas Ahogadas
903	Material de los Sueños	Prisciliano Sánchez #416	Guadalajara	36-13-66-54	Cafetería	Mexicano
904	Maxemim´s	Maestranza #35	Guadalajara	36-13-11-90	Disco	
905	Mc Donald´s	Av. Juárez #343	Guadalajara	36-13-73-03	Restaurante	Hamburguesas
906	Mc Donald´s	Av. Américas #924	Guadalajara	36-42-90-97	Restaurante	Hamburguesas
907	Mc Donalds	Av. Lázaro Cárdenas #1422	Guadalajara	38-11-81-70	Restaurante	Hamburguesas

908	Medio y Medio	Av. Manuel Clouthier #284	Zapopan	12-01-08-34	Restaurante	Italiano
909	Mee- mee	Av. López Mateos Sur #565	Zapopan	31-23-90-13	Restaurante	China
910	Meeps	Colomos #2294	Guadalajara	38-17-17-09	Restaurante	Internacional
911	Melia	Fray Junipero Serra #1502	Guadalajara	35-53-61-75	Fonda	Mexicano
912	Men Hong	Av. Américas #796	Guadalajara	36-41-40-51	Restaurante	China
913	Mesón Castilla La Mancha	Circunvalación Dr. Atl #53	Guadalajara	36-38-44-92	Restaurante	Española
914	Mesón del Cheff	Carretera a Chapala km 6.5	Tlaquepaque	38-37-29-29	Restaurante	Internacional
915	Mi Tierra	El Parían Juárez # 70	Tlaquepaque	36-35-69-04	Taquería	Gorditas
916	Migue	Mexicaltzingo #1727	Guadalajara	38-25-45-20	Lonchería	Tortas Ahogadas
917	Mio Cardio & Caf-Eco	Av. Tepeyac #189	Guadalajara	35-87-57-90	Restaurante	Mediterráneo
918	Mirelort	San Jorge #148	Zapopan	36-56-90-16	Cafetería	
919	Moctezuma	El Parían #89	Tlaquepaque	36-31-07-08	Restaurante	Mexicano
920	Modern Art	Av. Américas #1939	Guadalajara	36-36-61-41	Restaurante	Internacional
921	Moka	Plaza del Sol Local 9	Zapopan		Cafetería	
922	Molachos	Juan Manuel #398	Guadalajara	36-13-88-53	Restaurante	Mexicano
923	Molino Rojo	Independencia #15	Guadalajara	36-13-11-90	Restaurante	Mexicano
924	Molokay	Av. López Mateos Sur #540	Zapopan	31-22-47-15	Bar	
925	Momories	Carretera a Chapala km. 6.5	Tlaquepaque	38-37-29-29	Disco	
926	Mondo Café	Av. Chapultepec #48	Guadalajara	36-30-22-32	Cafetería	
927	Monferrato	Av. Guadalupe #571	Guadalajara	35-87-62-71	Restaurante	Italiano
928	Monica´s Club	Obregón "1731	Guadalajara	36-43-95-44	Centro Nocturno	
929	Monique, Fina Repostería	Av. Américas #831	Guadalajara	36-42-97-98	Cafetería	Café-Pastel
930	Monterrey	El Parían	Tlaquepaque	36-39-67-80	Restaurante	Mexicano
931	Mood	Av. Guadalupe #798	Guadalajara	31-25-03-95	Disco	
932	Morenos	Manuel m. Diéguez	Guadalajara	36-15-75-45	Lonchería	Tortas Ahogadas
933	Mori	Plaza Patria local 13	Zapopan	36-41-44-61	Restaurante	Japonesa

934	Mr. Cd Café	Plaza Galerías local b	Zapopan	31-65-20-91	Bar	
935	Mr. Cora	Prolongación Américas #1152	Zapopan	36-56-35-81	Restaurante	Mariscos
936	Mr. Pampas Do Brasil	Mariano Otero 1985	Guadalajara		Restaurante	Brasileño
937	Murakami	Golfo de cortes # 4150	Guadalajara	38-13-19-74	Restaurante	Japonesa
938	Narly	Hipódromo #160	Zapopan	36-56-17-76	Restaurante	Mariscos
939	Nasim	Av. Guadalupe #177	Guadalajara	36-47-92-07	Restaurante	Persa
940	Navarrete	Av. Tonaltecas # 192	Tonalá	36-83-44-83	Restaurante	Carnes en su jugo
941	Navarro´s	Progreso #67	Guadalajara	33-43-95-18	Cafetería	Crepas
942	Nemesis Bar	Independencia # 23	Tlaquepaque	36-35-40-33	Bar	
943	Nevería Dairy Queen	Arboledas #2500	Zapopan	38-13-28-60	Fuente de sodas	
944	Nevería Dairy Queeen	Av. López mateos #5466	Zapopan	38-13-28-60	Fuente de sodas	
945	Nevería Dairy Queen	Av. Providencia #2910	Guadalajara	35-70-92-66	Fuente de sodas	
946	Nevería Dairy Queen	AV. Acueducto #2380	Guadalajara	38-13-28-60	Fuente de Sodas	
947	Nevería Dairy Queen.	Av. Patria #860	Zapopan	36-20-25-32	Fuente de sodas	
948	Nevería Dairy. Queen	AV. Abedules #284	Zapopan	38-13-36-29	Fuente de sodas	
949	Nevería Danny - yo	Plaza del sol local 27	Zapopan	38-13-28-60	Fuente de sodas	
950	Nevería. Dairy Queen	Av. Guadalupe # 1162	Zapopan	31-23-00-48	Fuente de sodas	
951	New Tender´s	Av. Federalismo Norte # 261	Guadalajara		Bar	
952	New York New York	Av. Guadalupe # 1258	Zapopan	31-21-26-06	Restaurante	Alemana
953	Nian Tian	Pedro Moreno # 700	Guadalajara	36-58-07-15	Restaurante	China
954	Nikoy	AV. Terranova #455	Zapopan	36-40-39-14	Restaurante	Japonesa
955	Nocturnal	Av. Mariano Otero #	Guadalajara	31-21-13-63	Disco	

		1989				
956	Nostalgia Piano Bar	López Cotilla # 1484	Guadalajara	36-15-09-96	Bar	
957	Nova Cocina	Av. Ruben Darío #1505	Guadalajara	36-41-45-14	Restaurante	Mexicano
958	Nude	López Cotilla # 1589	Guadalajara	36-16-52-48	Restaurante	
959	Nuevo León	Clzda Independencia # 223	Guadalajara	36-17-20-81	Restaurante	Mexicano
960	Nuevo León	Libertad # 1586	Guadalajara	38-25-78-27	Restaurante	Cabrito
961	Nuevo Pacifico	Violeta # 267	Guadalajara	36-19-69-48	Restaurante	Mariscos
962	Nutri- Light	Av. Terranova # 495	Guadalajara	36-42-95-44	Restaurante	Vegetariana
963	Ofelia Bistro	Av. Pablo Neruda No. 2707	Guadalajara	36 47 3631	Restaurante	Contemporáneo
964	Oferia Da Toni	Niños Héroes #3000	Guadalajara	31-21-83-64	Restaurante	Italiano
965	Oh la la!	Av. Terranova #608	Guadalajara		Restaurante	Francés
966	Ok	Av. México #2405	Guadalajara	36-15-00-82	Cafetería	
967	Ok	López Mateos Sur No. 5041	Zapopan	3631 4703	Cafetería	
968	Ok	Av. Patria No. 520 Local 3	Zapopan	3673-3725	Cafetería	
969	Ok	Hda. La Quemada No. 1627 A	Guadalajara	3699 3324	Cafetería	
970	Ok	Niño Obrero 702	Zapopan	3123-1842	Cafetería	
971	Ok	Circunvalación Álvarez del Castillo	Guadalajara	3853-7944	Cafetería	
972	Ok	Circ. División del Norte 239B	Guadalajara	3638-0838	Cafetería	
973	Ok	Av. Revolución 2047	Guadalajara	3639-0414	Cafetería	
974	Ok	Av. Ávila Camacho 3371	Zapopan	3633-9298	Cafetería	
975	Ok	Calle Colón 258, Col. Centro	Guadalajara	3614-3659	Cafetería	
976	Ok	Av. Manuel J. Clouthier No. 882	Zapopan		Cafetería	

977	Ok	Av. Lapislázuli 2477 - 6,	Guadalajara	3133 6638	Cafetería	
978	Ok	Av. Guadalupe 1632, Col. Chapalita	Guadalajara	3122 0659	Cafetería	
979	Ok	Plaza del Sol Local 22H	Guadalajara	3122-1198	Cafetería	
980	Ok	Plaza Patria Local 18 Zona 1.	Zapopan	3641-5878	Cafetería	
981	Ok	Carr. Libre Gdl-Morelia 1770-1B,	Zapopan	3612 7880	Cafetería	
982	Ok	Lázaro Cárdenas y 8 de Julio	Guadalajara	3812-3491	Cafetería	
983	Ok	Calle Corona 165, esquina Madero.	Guadalajara	3613-2165	Cafetería	
984	Ok	Periférico Nte. No. 940	Zapopan	3833-9536	Cafetería	
985	Ok	Plaza Sur. Local 13 zona D.	Guadalajara	3632-0671	Cafetería	
986	Ok	Plaza Revolución Local 6 zona A.	Guadalajara		Cafetería	
987	Ok	Av. Hidalgo 5, esq. C.	Zapopan	3897-0692	Cafetería	
988	Ok	Plaza Centro Santa Fe. Local 6	Tlajomulco	3600-6864	Cafetería	
989	Ok	Av. Río Nilo 1393 Local 1,	Guadalajara	3601-6152	Cafetería	
990	Ok	Av. República No. 1550	Guadalajara	3655-1018	Cafetería	
991	Ok	Av. Manuel Acuña 3016.	Guadalajara	3641-7963	Cafetería	
992	Ok	Plaza Independencia Local 24.	Guadalajara	3674-4782	Cafetería	
993	Oldy´s Bar	Condoplaza del sol, local 40	Zapopan	31-22-88-44	Bar	Botanas
994	Olio Bistro	Av. Américas 1501	Guadalajara	3817-1180	Restaurante	Mediterráneo
995	Opa	López Cotilla #1877	Zapopan	36-16-89-08	Restaurante	Japonesa

996	Oriental Fonda	Morelos # 1860	Guadalajara	36-16-89-06	Restaurante	China
997	Oriental Mascusia	Av. Javier Mina #336	Guadalajara	36-17-38-36	Bar	Botanas
998	Oscarin	AV. Manuel J. Clouthier #474	Zapopan	33-43-25-25	Lonchería	Hot Dogs
999	Ostería 10	López Cotilla	Guadalajara		Restaurante	Italiano
1000	Osteria Da Toni	Av. Pablo Neruda #2842	Guadalajara	36-40-16-57	Restaurante	Italiano
1001	Oui	López Cotilla # 2171	Guadalajara	36-15-06-14	Restaurante	Internacional
1002	Outback Steakhouse	Plaza Galerías Local C-1	Zapopan	36-73-14-17	Restaurante	Cortes Finos
1003	Outback Steakhouse	Vallarta # 2340	Guadalajara	36-30-42-10	Restaurante	Cortes Finos
1004	Oxxido	Independencia #22	Tlaquepaque	36-59-13-81	Bar	Botanas
1005	Pacifico	Enrique Díaz de León Sur #743	Guadalajara	38-12-75-71	Restaurante	Mariscos
1006	Pacifico.	Morelos #934	Guadalajara	38-25-72-56	Restaurante	Mariscos
1007	Padilla	El Parían Independencia #69	Tlaquepaque	36-57-60-33	Restaurante	Mexicano
1008	Paella Club Cabaña	Av. Guadalupe # 4205	Zapopan	31-21-60-08	Restaurante	Internacional
1009	Paella Club Cabaña	Aztecas #296	Zapopan	21-21-60-08	Restaurante	Internacional
1010	Paella Club Cabaña	Av. Central #879	Zapopan	31-21-60-08	Restaurante	Internacional
1011	Paella José Mari	Av. Real Acueducto #125	Zapopan	36-11-16-06	Restaurante	Paella
1012	Palm House	Clouthier # 470	Guadalajara	38-49-98-26	Restaurante	Internacional
1013	Pancha La Boba	Reforma # 161	Tlaquepaque	12-00-14-70	Restaurante	Italiano
1014	Pancho Reatas	Manuel J. Clouthier $ 479	Guadalajara	36-73-25-23	Restaurante	Mexicano
1015	Paninoteca	Miguel de Cervantes Saavedra 111	Guadalajara	36169742	Restaurante	Mediterráneo
1016	Paolo´s	Fco Velázquez coronado #2090	Guadalajara	38-11-44-15	Pizzería	Pizzas
1017	Paralelo 28	Av. Providencia #2889	Guadalajara	36429616	Restaurante	Internacional
1018	Parrilla Suiza	Av. López Mateos	Guadalajara	31-22-70-13	Restaurante	Mexicano
1019	Parrilla Bar El Tajo	Prolongación López	Tlajomulco	36-86-09-12	Restaurante	Mariscos

		mateos sur				
1020	Parrilla Suiza	Colomos #2221	Guadalajara	38-17-37-38	Restaurante	Mexicano
1021	Parroquia	Enrique González Martínez #25	Guadalajara	36-14-84-38	Cafetería	
1022	Pekín	Av. Copérnico #3449	Zapopan	36-34-78-59	Restaurante	China
1023	Peña Cuicacalli	Niños Héroes # 1988	Guadalajara	38-27-21-24	Bar	Bebidas
1024	Peñitas Grill	Santa Ana Tepatitlán #2069	Zapopan	36-84-32-32	Restaurante	Mexicano
1025	Pepe	Misiones # 599	Zapopan	31-23-07-70	Restaurante	Mexicano
1026	Pepe´s	Maestranza #7	Guadalajara	36-14-50-56	Restaurante	Mariscos
1027	Pete´s Pizza	La Calma # 4990	Zapopan	36-31-59-08	Pizzería	Pizzas
1028	Petrossian	Boulevard Puerta de Hierro #4965	Zapopan	36113363	Restaurante	Internacional
1029	P. F. Chang's	Blvd. Puerta de Hierro	Zapopan		Restaurante	China
1030	Piano Bar	Av. López Mateos Sur #2400	Zapopan		Bar	
1031	Piccolo Nerone	Av. Guadalupe #1368	Zapopan	31-21-86-68	Restaurante	Italiano
1032	Pierrot	Justo Sierra # 2355	Guadalajara	36-30-20-87	Restaurante	Francés
1033	Pig´pearls	General Coronado 79	Guadalajara	3825 5933	Restaurante	Hamburguesas
1034	Pino y Bush	Manuel Acuña #2975	Guadalajara	36-40-21-34	Pizzería	Pizzas
1035	Pipe´s Pizza	Int. Del mercado Libertad Local 20	Guadalajara	36-54-27-12	Pizzería	Pizzas
1036	Pipiolo	Av. Circunvalación del norte #116	Guadalajara	36-37-90-88	Restaurante	Carnes Asadas
1037	Pipiolo ,	Av. Mariano Otero #1606	Zapopan	31-22-31-21	Restaurante	Carnes Asadas
1038	Pipiolo.	Av. Américas 3149	Guadalajara	36-16-34-18	Restaurante	Carnes Asadas
1039	Pipiolo ,	Ahuitzotl #846	Zapopan	36-31-52-53	Restaurante	Carnes Asadas
1040	Pipiolo.	Niños Héroes #1499	Guadalajara		Restaurante	Carnes Asadas
1041	Pipiolo,	Bruno Traven #4992	Zapopan	36-29-75-88	Restaurante	Carnes Asadas
1042	Pipiolo.	Clzda Independencia Norte #1750	Guadalajara	36-37-98-78	Restaurante	Carnes Asadas
1043	Pistachos Video Bar	Av. López Mateos Sur	Zapopan	31-22-57-17	Bar	

		# 2370				
1044	Pizza Hut	Av. Homero #171	Guadalajara	36-47-94-41	Pizzería	Pizzas
1045	Pizza y Come	Circunvalación #586	Guadalajara	38-53-28-43	Pizzería	Pizzas
1046	Pizza Hut	Plaza Revolución	Guadalajara	36-35-15-59	Pizzería	Pizzas
1047	Pizza Hut ,	Av. Rio Nilo #7550	Tonalá	36-80-83-13	Pizzería	Pizzas
1048	Pizza Hut,	Plaza del Sol local 2	Zapopan	31-21-57-19	Pizzería	Pizzas
1049	Pizza Hut.	Chapultepec #16	Guadalajara	36-15-03-19	Pizzería	Pizzas
1050	Pizza Leggera	Av. López Mateos Sur 4537-A	Guadalajara	38558611	Restaurante	Italiano
1051	Pizza Nova	Niños Héroes #2958	Guadalajara	31-22-25-51	Pizzería	Pizzas
1052	Pizza Tevere	Av. Patria #1247	Zapopan	36-28-88-49	Pizzería	Pizzas
1053	Pizza y Come	Alvar Obregón #82	Tlaquepaque	36-39-37-82	Pizzería	Pizzas
1054	Pizza y Come	Niños Héroes #2746	Guadalajara	31-21-65-12	Pizzería	Pizzas
1055	Pizza y Come.	Nicolás Copérnico #4419	Zapopan	36-34-76-26	Pizzería	Pizzas
1056	Pizzas Petra	Rafael Sanzio #523	Zapopan		Pizzería	Pizzas
1057	Planet	Centro comercial Independencia local 14	Guadalajara	36-74-68-10	Pizzería	Pizzas
1058	Plaza Vieja	Guillermo Prieto #99	Tlaquepaque	36-57-04-85	Restaurante	
1059	Polivio Uno Siete Uno	Av. México #3285	Guadalajara	31-21-11-02	Restaurante	Contemporánea Mexicana
1060	Pollo Chicken	Av. Alcalde #182	Guadalajara	36-13-34-85	Restaurante	Pollo
1061	Pollos Jorge´s	Morelos #245	Guadalajara	33-42-26-08	Restaurante	Pollos Asados
1062	Pollos Jorge´s	Av. México #2600	Guadalajara	36-16-99-81	Restaurante	Pollo Asados
1063	Pomodoro Ristorante	Av. López Mateos #145	Guadalajara	37-93-11-11	Restaurante	Italiano
1064	Ponzo Castellini	Pablo Neruda #2924	Guadalajara	38-17-10-15	Restaurante	Italiano
1065	Porto Alegre Guadalajara	Prisciliano Sánchez #322	Guadalajara	15-96-74-60	Restaurante	Internacional
1066	Posada Hidalgo (Int del Ht Posada Inn)	Av. Hidalgo # 1135	Guadalajara	38-27-24-41	Restaurante	Mexicano
1067	Progreso	Progreso # 80	Tlaquepaque	36-39-61-49	Restaurante	Mariscos
1068	Provaleta	Av. México # 2705	Guadalajara	36-15-23-23	Restaurante	Italiano

1069	Providencia	Av. Ruben Darío # 408	Guadalajara	36-16-03-58	Restaurante	Mexicano
1070	Puerto de Veracruz	Av. Terranova #415	Guadalajara	36-41-79-81	Restaurante	Mariscos
1071	Puerto Vallarta (Int del Motel Pto. Vallarta)	Av. Vallarta #4003	Zapopan	31-22-13-08	Restaurante	Mexicano
1072	Pull Bar	Av. Inglaterra #3131	Guadalajara	31-22-71-81	Bar	Bebidas
1073	Punto pasta	La Paz #1518	Guadalajara	39-15-23-13	Restaurante	Italiano
1074	Queen Pizza	Calle 60 #237	Guadalajara	36-43-25-08	Pizzería	Pizzas
1075	Queen Pizza	Belisario Domínguez #2812	Guadalajara	36-51-45-18	Pizzería	Pizzas
1076	Quinta Real	Avenida México., 2727	Guadalajara	3615-0000	Restaurante	
1077	Quijote	Degollado # 267	Guadalajara	36-13-89-66	Restaurante	Mexicano
1078	Rancho Grande	AV. López Mateos #4343	Zapopan	36-31-58-49	Restaurante	Mexicano
1079	Real San Pedro	Independencia #163	Tlaquepaque	36-59-36-31	Restaurante	Mexicano
1080	Recco	Libertad #1981	Guadalajara	38-25-07-24	Restaurante	Italiano
1081	Recoveco	Av. Circunvalación Agustín Yáñez #2639	Guadalajara	36-16-56-27	Restaurante	Internacional
1082	Red Carpet	Av. Américas #302	Guadalajara	38-56-37-18	Restaurante	
1083	Reddy Sandwiches	4630-A Naciones Unidas	Zapopan	3315917132	Restaurante	Americano
1084	Reencuentro	Eulogio Parra #2504	Guadalajara	36-41-44-88	Cafetería	Desayunos
1085	Reforma	Pedro Moreno #954	Guadalajara	12-01-93-69	Taquería	Carnes Asadas
1086	Refugio del Fraile	Av. López Mateos #4028	Zapopan	32-21-92-00	Restaurante	Mexicano
1087	República	Popocatépetl # 50	Zapopan	36-47-15-50	Bar	
1088	Restaurante Alcalde	Av. México, 2903	Guadalajara	3615 7400	Restaurante	Contemporáneo
1089	Restaurante Colibrí	Gómez Farías 231	Zapopan	15-81-90-90	Restaurante	Internacional
1090	Retro Bar	Av. Vallarta #2308	Guadalajara	36-15-00-29	Bar	Carne a la Parrilla
1091	Ricos Tamales De la Capilla	Garibaldi #779	Guadalajara	38-25-26-03	Restaurante	Tamales
1092	Rigos	El Parían	Tlaquepaque	38-38-04-64	Restaurante	Mexicano
1093	Rincón Azul	Av. Vallarta #5549	Zapopan	36-29-86-10	Bar	

1094	Rincón del Sol	Av. 16 de Septiembre #61	Tonalá	36-83-19-89	Restaurante	Mexicano
1095	Rincón Italiano	José María Narváez #1195	Guadalajara	36-55-73-18	Pizzería	Pizzas
1096	Rincón Peruano	Av. Patria #5003	Zapopan	36-29-42-32	Restaurante	Peruana
1097	Rincón Real	Av. México # 2727	Guadalajara	36-69-06-02	Bar	Margaritas
1098	Rincón Yucateco	Clzda Independencia Norte #857	Guadalajara	36-18-44-74	Restaurante	Yucateca
1099	Rio San Pedro	Juárez #300	Tlaquepaque	36-59-61-36	Restaurante	Internacional
1100	Riscal	López Cotilla #1751	Guadalajara	36-16-86-77	Restaurante	Internacional
1101	Ro	Mouris Baring #235	Zapopan	31-65-22-71	Lonchería	Tortas Ahogadas
1102	Roby´s	San Antonio #102	Zapopan	33-43-43-82	Restaurante	Mexicano
1103	Rojo Café	José Gpe. Zuno #2027	Guadalajara	33-44-84-92	Cafetería	
1104	Romances	Patria # 1359	Zapopan		Bar	
1105	Ruben	Circunvalación Providencia #1535	Guadalajara	38-53-91-91	Restaurante	Carnes Asadas
1106	Rubén	Chamizal#96	Guadalajara	36-43-03-54	Lonchería	Antojitos Mexicanos
1107	Rugantino	Av. López Mateos y Av. México	Guadalajara		Restaurante	Italiano
1108	Ruta 66	Francisco Gzlz Bocanegra #102	Guadalajara	36-43-91-10	Restaurante	Mexicano
1109	Sabor Carioca	Clemente Orozco #491	Guadalajara	31-26-72-90	Fonda	Hamburguesas-Hot Dogs
1110	Sabro Tortas	Santa Mónica # 72	Guadalajara	36-14-32-94	Lonchería	
1111	Saby	Nueva Orleands #1178	Guadalajara	36-19-10-67	Restaurante	Carnes Asadas
1112	Saby.	Rinconada de las Praderas #1301	Guadalajara	36-71-47-17	Restaurante	Carnes Asadas
1113	Sagrantino	Golfo de Cortes 4152	Guadalajara	38131379	Restaurante	Internacional
1114	Sahara Night Club	Av. Lapislázuli #3445	Zapopan	36-31-88-40	Disco	
1115	Salón del bosque	Guadalupe Zuno #2200	Guadalajara	36-16-42-97	Restaurante	Mexicano
1116	Saloon Beer	Av. Patria #430	Zapopan		Bar	

1117	Samborn s	Av. López Mateos #2718	Zapopan	36-47-52-54	Restaurante	Mexicano
1118	Samborn s	Av. 16 de Septiembre #127	Guadalajara	36-13-66-80	Restaurante	Mexicano
1119	Samborns	Av. Vallarta # 1600	Guadalajara	36-15-52-09	Restaurante	Mexicano
1120	Samborns	Av. Juárez #305	Guadalajara	36-14-02-19	Cafetería	Internacional
1121	Samborns,	Av. México #3370	Zapopan	39-13-20-23	Restaurante	Mexicano
1122	Samborns,	Av. Américas #1619	Guadalajara	38-17-48-11	Restaurante	Mexicano
1123	Samborns.	Plaza del Sol Locales 6y7	Zapopan	31-21-00-05	Cafetería	Mexicano
1124	Samborns.	Av. Vallarta #2037	Guadalajara	36-15-72-36	Restaurante	Mexicano
1125	Samurái	Vidrio #1929	Guadalajara	38-26-35-54	Restaurante	Japonesa
1126	San Pedro	Juárez # 85	Tlaquepaque	36-39-06-16	Cafetería	Baguette
1127	San Francisco Salads	Nueva Escocia #1486	Guadalajara	36-40-90-00	Restaurante	Comida Rápida
1128	San José	Centro Comercial Independencia local 3	Guadalajara		Taquería	
1129	San Luis Soyatlan	Andrés Terán # 599	Guadalajara	38-26-17-39	Fonda	Birria
1130	San Michel	Av. Vallarta #1700	Guadalajara	36-30-18-20	Restaurante	Italiano
1131	San Remo de Zona Centro	Independencia # 466	Guadalajara	36-14-39-96	Cafetería	Lonches-Ensaladas
1132	Sándwich Corner	Av. López Mateos #330	Guadalajara	36-30-48-58	Restaurante	Comida Rápida
1133	Sandy´s	Av. Alcalde #130	Guadalajara	33-45-46-36	Restaurante	Mexicano
1134	Sandy´s.	Plaza Patria local 5	Zapopan	31-26-94-32	Cafetería	Mexicano
1135	Sandy's,	Av. Pablo Casals #640	Guadalajara	36-69-02-22	Restaurante	Mexicano
1136	Santa Clara	Pablo Neruda # 2759	Guadalajara	36-41-12-41	Cafetería	
1137	Santa Clara.	Av. Chapultepec #158	Guadalajara	36-30-95-39	Cafetería	
1138	Santa Mónica	Santa Mónica # 94	Guadalajara	36-13-04-73	Cafetería	
1139	Santo Cachorro	Lerdo de Tejada #2379	Guadalajara	36-16-69-78	Bar	
1140	Santo Coyote	Lerdo de Tejada #2379	Guadalajara	36-16-84-72	Restaurante	Mexicano
1141	Santo Mar	Andares Puerto de	Guadalajara	36112866	Restaurante	Mariscos

		Hierro 4965				
1142	Santo Tío	Obsidiana #2985	Zapopan	31-33-69-00	Lonchería	Tortas Ahogadas
1143	Sapporo Sushi	Vidrio # 2224	Guadalajara	36-30-12-22	Restaurante	Japonesa
1144	Saul´s	Degollado # 232	Guadalajara	36-13-14-43	Bar	Botanas
1145	Save	Avenida Patria	Zapopan		Restaurante	Mariscos-Internacional
1146	Savora	Terranova # 1227	Zapopan	36-42-75-50	Restaurante	Argentino
1147	Sax Café	Riada #3187	Guadalajara	36-32-47-15	Cafetería	Desayunos
1148	Scratch-Do-Ouro	Prolongación Américas #350	Zapopan	36-33-99-01	Restaurante	Brasileñas
1149	Sé Natural	AV. Vallarta $1467	Guadalajara		Restaurante	Natural
1150	Secoya	Av. La paz #2521	Guadalajara	36-16-77-86	Cafetería	
1151	Shabby shabby	Avenida Guadalupe 1267	Zapopan		Restaurante	Francés
1152	Shaga	Pedro moreno #570	Guadalajara	36-13-03-30	Bar	
1153	Shawarma	Av. Inglaterra #4964	Zapopan	36-29-16-40	Restaurante	Libanesa
1154	Sibarita	Pedro Moreno 1300	Guadalajara	33305418	Pizzería	Vegetariana
1155	Siccome	López Cotilla 2019	Guadalajara		Restaurante	Italiano
1156	Sin Nombre	Francisco I. Madero #80	Tlaquepaque	33-43-09-70	Restaurante	Mexicano
1157	Sin Nombre (Int del Ht San Isidro)	Av. Bosques de San Isidro #5	Zapopan	36-85-00-00	Restaurante	Mexicano
1158	Sirena Grill	Guayana #2083	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
1159	Sirloin Stockade	Av. Vallarta #5380	Zapopan	36-29-72-41	Restaurante	Internacional
1160	Sirloin Stockade	Av. Juárez #387	Guadalajara	36-13-59-08	Restaurante	Buffette Internacional
1161	Sirloin Stockade Palomar	López Mateos Sur # 1710	Tlajomulco	36-94-26-35	Restaurante	Internacional
1162	Sirloin Stockade.	Conchitas #16	Zapopan	36-34-76-86	Restaurante	Internacional
1163	Slovensko	Plaza del Sol #293	Zapopan	31-22-13-04	Lonchería	
1164	Soho	Av. Américas #781	Guadalajara	36-40-45-98	Bar	
1165	Soho.	Plaza del Sol local 1	Zapopan	36-47-57-38	Restaurante	Japonesa
1166	Solaris	Av. López Mateos	Zapopan	38-80-06-00	Restaurante	Italiano

		#2375				
1167	Sole	Mezanine de Plaza Milenium	Guadalajara	36-32-12-30	Cafetería	
1168	Solo Bohemios	Nueva Escocia # 1590	Guadalajara	36-41-01-37	Bar	Botanas
1169	Sombrillas	Morelos #371	Guadalajara	35-63-65-70	Cafetería	Mexicano
1170	Sono Barra Cocina	Francisco Javier Gamboa #245	Guadalajara	36159535	Restaurante	Internacional
1171	Sorbo de Café	Plaza Arboledas Local 55	Guadalajara	38-10-66-65	Cafetería	Café
1172	Sport (Int World Gym)	Miguel Ángel de Quevedo #804	Guadalajara	36-41-09-18	Cafetería	
1173	Squina	Av. Golfo de Cortes #4182	Guadalajara	38-13-05-13	Restaurante	Hamburguesas
1174	Squina.	Av. Aztlán #3787	Zapopan	31-22-35-26	Restaurante	Comida Rápida
1175	Stage Club	Lope de Vega #325	Guadalajara	35-63-25-36	Disco	
1176	Starbucks	Av. Américas #346	Guadalajara	36-16-20-80	Cafetería	
1177	Starbucks ,	Av. Providencia	Guadalajara	36-42-80-54	Cafetería	
1178	Starbucks.	Av. México #3300	Guadalajara	38-13-55-87	Cafetería	
1179	Starbucks ,	López Mateos #90	Guadalajara	36-16-57-27	Cafetería	
1180	Starbucks.	Av. López Cotilla #1465	Guadalajara	36-30-62-21	Cafetería	
1181	Starbucks,	Mariano Otero #3295	Guadalajara	36-23-16-27	Cafetería	
1182	Starbucks.	Av. Vallarta #2425	Guadalajara	36-16-90-13	Cafetería	
1183	Suchi 13	Francisco Rojas González #640	Guadalajara	36-15-71-54	Restaurante	Japonesa
1184	Suehiro	Av. La Paz #1701	Guadalajara	38-25-18-80	Restaurante	Japonesa
1185	Suntory	Av. Chapultepec #15	Guadalajara	36-30-43-24	Restaurante	Japonesa
1186	Súper Salads	Av. Guadalupe #625	Zapopan	33-44-79-99	Restaurante	Vegetariana
1187	Súper Cocina Magda	Ladrón de Guevara #4604	Zapopan	31-22-24-50	Restaurante	Mexicano
1188	Súper Cocina Vicky	Homero # 130	Guadalajara	31-22-24-50	Restaurante	Ensaladas
1189	Súper Salad s	Av. Vallarta #3959	Zapopan	36-21-07-37	Restaurante	Ensaladas
1190	Súper Salads	Centro Magno Local A-	Guadalajara	36-30-13-33	Restaurante	Vegetariana

		18				
1191	Súper Salads.	Plaza Galerías Local FF-9	Zapopan	36-29-31-68	Restaurante	Ensaladas
1192	Sushi Express	Miguel Blanco #1355	Guadalajara	31-54-46-01	Restaurante	Japonesa
1193	Sushi Inn Terraza	Av. Patria #600	Zapopan	36-73-19-76	Restaurante	Japonesa
1194	Sushis & Crepes	Alfareros # 58	Tlaquepaque	15-62-39-78	Restaurante	Japonesa
1195	Sushiyama	Av. Acueducto #6050	Zapopan	36-42-48-48	Restaurante	Japonesa
1196	Tabarka	Av. Tepeyac #1123	Zapopan	31-21-41-88	Restaurante	Española
1197	Taco Express	Av. Chapultepec # 129	Guadalajara	38-25-80-05	Taquería	Tacos
1198	Taco Fish	Av. La Paz	Guadalajara	33-31-57-18	Taquería	Tacos de mariscos
1199	Tacofajita	Plaza Terranova Local 1	Guadalajara	36-42-54-87	Taquería	
1200	Tacos Providencia	Justo Sierra #3084	Guadalajara	36-16-23-12	Taquería	
1201	Tacos al Pastor Sahuayo	Paseo Degollado # 126	Guadalajara	12-00-94-90	Taquería	Tacos
1202	Tacos Moy	Av. Arcos #930	Guadalajara	31-22-88-79	Taquería	
1203	Tacos Providencia	Ruben Darío <3534	Guadalajara	36-41-60-49	Taquería	Tacos
1204	Tacos Providencia del Centro	Morelos #86	Guadalajara	36-13-99-14	Restaurante	Mexicano
1205	Tai Spice	Niños Héroes #2966	Guadalajara	31-22-31-28	Restaurante	Japonesa
1206	Taishi	Av. López Mateos #1820	Guadalajara	36-47-24-15	Restaurante	Japonesa
1207	Talento	Av. La Paz #2309	Guadalajara	39-15-35-65	Restaurante	Tailandesa
1208	Tao Sushi	Av. Guadalupe #4329	Zapopan	36-47-21-61	Restaurante	Japonesa
1209	Tapatío	Av. Federalismo #412	Guadalajara	38-25-87-09	Restaurante	Mariscos
1210	Taqueiros	Av. Patria 270, esq. Héctor Berlioz	Zapopan	3673-3170	Taquería	
1211	Taquería Minerva	Av. Vallarta # 2982	Guadalajara	36-30-09-54	Taquería	Tacos
1212	Tejabanes	Av. La Paz #1473	Guadalajara	38-25-13-41	Restaurante	Mexicano
1213	Temple	López Cotilla 1860	Guadalajara		Bar	Irlandés
1214	Tentempié	Marsella #170	Guadalajara	12-59-06-56	Restaurante	Ensaladas
1215	Tequilas Mega Bar	Av. López Mateos	Zapopan	36-34-47-31	Bar	

		#2405				
1216	Terra Madre	Paseo del Hospicio #22	Guadalajara	35-62-23-80	Restaurante	Mexicano
1217	Terraza Café	Av. Terranova #965	Guadalajara	36-40-23-51	Restaurante	Internacional
1218	Terraza Oasis	Morelos #435	Guadalajara	36-13-82-85	Cafetería	
1219	The Boathouse	Ruben Darío # 611	Guadalajara	36425529	Restaurante	Mariscos
1220	The Waffle Factory	Amado Nervo # 167	Guadalajara	36-16-75-20	Restaurante	Mexicano
1221	The Factory	Av. Revolución #110	Guadalajara	39-42-40-42	Bar	
1222	The House of Change	Av. Patria #260	Zapopan	36-82-11-88	Restaurante	China
1223	The One	Av. México #3194	Guadalajara	38-13-07-08	Restaurante	Internacional
1224	The Waffle Factory	Av. México #2304	Guadalajara	36-30-44-86	Restaurante	Mexicano
1225	Ticolli Italian Cuisine	Av. Guadalupe #4797	Zapopan	31-25-13-09	Restaurante	Italiano
1226	Tierra Mojada	Av. Pablo Neruda #2842	Zapopan	36-40-64-19	Restaurante	Mexicano
1227	Tintoretto	Av. México 2916	Guadalajara	36427242	Restaurante	Argentino-Italiano
1228	Tinto & Blanco	Guadalupe Zuno #2391	Guadalajara	36-15-95-35	Restaurante	Mexicano
1229	Titu´s Bar	Pino #2403	Guadalajara	38-10-10-26	Bar	
1230	Tizoc Country	Av. De La Presa #1877	Guadalajara	33-42-94-39	Restaurante	Mexicano
1231	Tlaquepasta	Reforma #139	Tlaquepaque		Restaurante	Italiano
1232	Tok´s	Av. López Mateos #93	Guadalajara	36-15-08-84	Restaurante	Mexicano
1233	Tok´s	Circunvalación #415	Guadalajara	38-23-97-08	Restaurante	Mexicano
1234	Tok´s Universidad	Av. Pablo Neruda #4341	Zapopan	36-10-13-30	Restaurante	Mexicano
1235	Toñita	Av. De los Laureles #123	Zapopan	36-56-29-18	Lonchería	Lonches
1236	Tortas Ahogadas Colomos	José Ma. Vigil No. 1874-B	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
1237	Tortas Toño	Ramón Corona #4750	Zapopan	31-65-46-72	Lonchería	Tortas Ahogadas
1238	Tortas Toño	Tierra de Fuego #3160	Guadalajara	36-42-87-39	Lonchería	Tortas Ahogadas
1239	Tortas Toño.	Av. Tepeyac #605	Zapopan	36-47-62-08	Lonchería	Tortas Ahogadas

1240	Tortipollo	Sierra Morena #505	Guadalajara		Fonda	
1241	Toyo	Av. México #2097	Guadalajara	36-16-35-13	Restaurante	Japonesa
1242	Toyo.	Av. López Mateos #730	Zapopan	36-47-83-21	Restaurante	Japonesa
1243	Trafalgar	Mariano Otero #3545	Zapopan	36-28-84-65	Bar	Pull
1244	Treve	8 de Julio #73	Guadalajara	36-14-57-63	Cafetería	
1245	Tuxpan	Herrera y Cairo #311	Guadalajara	36-14-54-60	Restaurante	Mariscos
1246	Usagui	Manuel Acuña # 1661	Guadalajara	38-27-10-93	Restaurante	Japonesa
1247	Ütopia	Av. Patria #321	Zapopan	36-29-89-32	Bar	
1248	Vamos a Licuar	Niños Héroes #1560	Guadalajara	31-52-35-21	Restaurante	Vegetariana
1249	Van Goh	Avenida D #810	Zapopan	36-33-77-19	Disco	
1250	Veneto	Fco. Javier Gamboa #248	Guadalajara	36-15-88-92	Restaurante	Mariscos
1251	Veredas	Av. López Mateos #4205	Zapopan	36-31-52-05	Restaurante	Internacional
1252	Vezzo Ristorante	Av. Aztecas #1177	Zapopan	36-40-29-60	Restaurante	Italiano
1253	Vicent by Vango	Blvd Puerta de Hierro 4965 L UP 2-3	Guadalajara		Restaurante-Bar	Internacional
1254	Vicent´s	Justo Sierra # 2074	Guadalajara	36-16-44-46	Cafetería	
1255	Vida Deli	Golfo de Cortes #4141	Guadalajara	38-13-52-32	Restaurante	Internacional
1256	Villa Madrid	López Cotilla #553	Guadalajara	36-13-42-50	Restaurante	Vegetariana
1257	Villa Napoli	Av. Manuel Acuna 3024	Guadalajara		Restaurante	Pizzas
1258	Vip´s	Av. México #3300	Guadalajara	38-13-03-94	Restaurante	Mexicano
1259	Vip´s,	Av. Américas	Guadalajara	38-17-20-84	Restaurante	Internacional
1260	Vital Salads	Manuel Acuña #2381	Guadalajara	31-20-84-67	Restaurante	Desayunos
1261	Viva Sonora	Av. Guadalupe #1675	Zapopan	36-47-30-35	Restaurante	Sonorense
1262	Wall Street	Av. Américas #1417	Guadalajara	38-17-17-43	Bar	Botanas
1263	We Love Sushi	Progreso #76	Tlaquepaque	36-59-96-57	Restaurante	Japonesa
1264	Wing´s Army	Av. Lapislázuli #3205	Zapopan		Restaurante	
1265	Wings	Aeropuerto Internacional Miguel H	Tlajomulco	36-88-52-86	Restaurante	Mexicano
1266	XX Lageer Longe	Av. México #2742	Guadalajara	12-59-06-35	Bar	

1267	Yak	Av. Vallarta #2425	Guadalajara	36-15-68-86	Bar	
1268	Yakitory	Juan Manuel #1473	Guadalajara	38-25-47-02	Restaurante	Japonesa
1269	Yakitory.	Av. Patria #1434	Zapopan	36-40-04-27	Restaurante	Japonesa
1270	Yesterday	Inglaterra #2630	Guadalajara	36-16-78-77	Bar	Botanas
1271	Yoko Sushi	Independencia #403	Tlaquepaque	38-60-02-05	Restaurante	Japonesa
1272	Yolanda Bustamantes	Rio Escondido #21	Guadalajara	36-38-56-62	Fonda	Comida Corrida
1273	Yum Kaax	Av. Tepeyac 719-C	Guadalajara		Restaurante	Mexicano
1274	Zanahoria	Av. Américas #332	Guadalajara	36-16-61-61	Restaurante	Vegetariana
1275	Zaza	12 de Diciembre 31050	Zapopan	39-15-82-17	Restaurante	Mediterráneo
1276	Zeus	Francisco I. Madero #676	Guadalajara	38-26-85-30	Bar	

3. AGENCIAS DE VIAJES

#	Agencia	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Abacia Tours	Juárez # 145-3, Col. Centro Tlaquepaque Tel: 3635 6063	Minorista	
2	Acceso Viajes, S.A. de C.V.	Avenida México # 3300, local 35-A, zona D, Plaza México Guadalajara Tel: 38132626	Minorista	
3	Activago	Manuel Acuña 2619, Col. Providencia Guadalajara Tel: 899 594 43	Minorista	
4	Adventure Viajes y Servicios	Agustín Rivera # 601, esquina Juan Álvarez, El Retiro Guadalajara Tel: 31262602	Minorista	
5	AE Tours	San José # 1879 Guadalajara	Minorista	
6	Aero Viajes, S.A. de C.V.	Río Nilo # 7540, local 68 - A, Villas De Oriente Tonalá 36800075	Minorista	
7	Agencia de Viajes Bermay	Avenida Guadalupe # 6730, local 16, Guadalupe Inn Zapopan Tel:31240206	Minorista	
8	Agencia de Viajes Bocho	Avenida Chamizal # 136 Guadalajara Tel: 36652020	Minorista	
9	Agencia de Viajes Bontour	Avenida Federalismo Norte # 1175 Guadalajara Tel: 38535318	Minorista	
10	Agencia de Viajes Centinela	Av. Federalistas No. 815-47, Col Real del Bosque Zapopan Tel: 3624 7084	Minorista	
11	Agencia de Viajes Colomos	Colomos # 2240, Ayuntamiento Guadalajara 38170030	Minorista	
12	Agencia de Viajes Cordialissimo	Avenida La Paz # 1951 - 7, Americana Guadalajara Tel: 38263868	Operador Mayorista	
13	Agencia de Viajes Crismar	Zapote # 114, Col. Las Huertas Tlaquepaque Tel: 1591-68-62	Minorista	
14	Agencia de Viajes Diamante	Avenida Alcalde # 896-2, Centro Guadalajara Tel: 36136860	Minorista	
15	Agencia de Viajes Estadio	Calzada Independencia Norte # 2164-20, Independencia Guadalajara Tel: 36091813	Minorista	
16	Agencia de viajes FER	Juárez No. 63 - A Delegación: San Miguel	Minorista	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

		Cuyutlán Tlajomulco de Zuñiga Tel: 3772-4978		
17	Agencia de viajes FER	Aldama No. 155 - C Delegación: San Agustín Tlajomulco de Zuñiga Tel: 3188-5493	Minorista	
18	Agencia de Viajes Florami	Avenida Cruz del Sur # 3689, local 2, zona C, Residencial Loma Bonita Guadalajara Tel: 31333476	Minorista	
19	Agencia de Viajes Gilda	Pedro Loza # 363 Guadalajara Tel: 36552713	Minorista	
20	Agencia de Viajes Good Travels	Chimborazo # 1128, Lomas de Independencia Guadalajara Tel: 35863771	Minorista	
21	Agencia de Viajes Júpiter	Nebulosa # 3020-1, Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 36471391	Minorista	
22	Agencia de Viajes Las Águilas	Virgen # 5455, local 7, Arboledas Zapopan Tel:36325253	Minorista	
23	Agencia de Viajes Lety Tours	Fidel Velásquez # 1550, local 35, Jardines del Country Guadalajara Tel: 38801977	Minorista	
24	Agencia De Viajes Liberte	San Uriel # 214, Col. Campo de Polo Chapalita Zapopan Tel: 3121 9678	Minorista	
25	Agencia de Viajes Mar y Sol	Prol. Federalismo Norte # 705, Col División del Norte Zapopan Tel: 3861 4557	Minorista	
26	Agencia de Viajes Marmundi	Avenida del Parque # 19, San Andrés Guadalajara Tel: 36430136	Minorista	
27	Agencia de Viajes Maui	Avenida Cruz del Sur # 3450-14, Rinconada de la Calma Guadalajara Tel: 31208084	Minorista	
28	Agencia de Viajes México 86	Isla Raza # 2431, Jardines Del Sur Guadalajara Tel: 36458820	Minorista	
29	Agencia de Viajes Minerva Multiservicios	Lerdo de Tejada # 2450-B Guadalajara Tel: 3615 4448	Minorista	
30	Agencia de Viajes Multidestino	Isla Socorro # 3121-A, Jardines del Sur Guadalajara Tel: 36631141	Minorista	
31	Agencia de viajes Mundi Travel	Plaza El Palomar. Local 1 Zona H Tlajomulco de Zuñiga Tel: 3693-7292	Minorista	
32	Agencia de Viajes Omnimar	Medrano # 4096-B, Col. Insurgentes Guadalajara Tel: 3842-78-86	Minorista	

33	Agencia de Viajes Orba	Avenida López Mateos Sur # 6061, local 2, zona A, Plaza las Fuentes Tlaquepaque Tel: 36342581	Minorista	
34	Agencia de Viajes Orbitur	Enrique Díaz de León # 893-2, Moderna Guadalajara	Minorista	
35	Agencia de Viajes Plaza Guadalupe (ELAINE)	Avenida Copernico # 3280, local H-1, Residencial Guadalupe Zapopan Tel: 36201817	Minorista	
36	Agencia de Viajes Puesta del Sol	Isla Raza # 2572, Jardines del Sur Guadalajara Tel: 33674035	Minorista	
37	Agencia de Viajes Tiempo Libre	Avenida Hidalgo # 2011 Zapopan Tel: 36160172	Operador Mayorista	
38	Agencia de Viajes Tlajomulco	Porfirio Díaz No.20 Tlajomulco de Zuñiga Tel: 37-98-09-98	Minorista	
39	Agencia de Viajes Tonalá	Javier Mina # 166, Centro Tonalá Tel: 36025151	Minorista	
40	Agencia de Viajes Triton	Alfredo Carrasco # 1938-A Guadalajara Tel: 33364090	Minorista	
41	Agencia de Viajes Vagabundo	Condo Plaza del Sol # 25, local 51 Zapopan Tel: 3647 1020	Minorista	
42	Agencia de Viajes VENAASA	Reyes Católicos # 1516, Fraccionamiento Colón Guadalajara Tel: 38102481	Minorista	
43	Agencia de Viajes Villa-Mar	Nicolás Romero # 1367, local 17, Chapultepec Country Guadalajara Tel: 38545191	Minorista	
44	Agencia de Viajes Zarreta	Avenida México # 2455-1, Ladrón de Guevara Guadalajara	Minorista	
45	Alice's Tours	Río Medellín # 2762, Fraccionamiento El Rosario Guadalajara Tel: 3639 3530	Minorista	
46	Allemar Tours	Avenida Manuel Ávila Camacho # 291-C Guadalajara Tel: 35627636	Minorista	
47	Alma Viajera	Blvd. Marcelino García Barragán # 1501-P Local 5, Col. Bosques del Boulevard Tlaquepaque Tel: 1674 5832	Minorista	
48	Alpez Travel	Plaza Patria Sur, local 12, zona K Zapopan Tel: 36480050	Minorista	
49	American Express	Avenida Vallarta # 2440, Plaza Arcos Vallarta, local 1-A, planta baja Guadalajara Tel: 38182323	Minorista	

50	Andares de México	Tenochtitlán No. 4660, Jardines del Sol Zapopan Tel: 3647 0202	Minorista	
51	Aquetzalli	Experiencia No. 3405, Santa Elena de la Cruz Guadalajara Tel: 31-12-69-88	Minorista	
52	Ara, Agencia de Viajes	Justo Sierra # 3076-A Guadalajara	Minorista	
53	Arda Tours	Alfredo R. Plascencia # 81, Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 36160057	Minorista	
54	ASA Tours	NIÑOS HEROES # 1667-1, MODERNA Guadalajara	Minorista	
55	ASATEJ Viajes Educativos	Avenida Vallarta # 2440, local 4 y 5 zona B, Plaza los Arcos Guadalajara Tel: 36166662	Minorista	
56	Asesores de Servicios Turísticos y Hoteleros	Avenida Las Torres # 4801, local D, Zona 7 Tlaquepaque Tel: 36000005	Minorista	
57	Asesoría Turística Kundalini	Pensador Mexicano # 1971 Guadalajara Tel: 36555397	Minorista	
58	Así si Viajo	Manuel Acuña # 2077 oficina 3, Col. Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 3630 2846	Minorista	
59	Autoturismo Turimax	Avenida López Mateos Sur # 4186, local 14 Zapopan	Minorista	
60	AVC Tour Representaciones	San Uriel # 690-5, Chapalita Zapopan Tel: 31224530	Minorista	
61	Aveg-Asesoria en Viajes Eventos y Grupos	Río Cihuatlán No.1 230, Col. Las Aguilas Zapopan Tel: 1200 3077	Minorista	
62	Aventur	Avenida Javier Mina # 1062-A, Oblatos Guadalajara Tel: 35620705	Minorista	
63	Avicas	Calzada Independencia # 1843, Col. Independencia Guadalajara Tel: 3331 8753	Minorista	
64	Avolar	Avenida Niños Héroes # 3056-A, Los Arcos Guadalajara	Minorista	
65	Azul Parrot	Juan Pablo II # 1389, Col. Federalismo Guadalajara Tel: 1593 8017	Minorista	
66	Azul Tours - Travel	Avenida del Tule # 470-11-B, Puerta del Tule Zapopan Tel: 31101351	Minorista	

67	BERAAdventours	Fuente Agua Azul No. 175, Col. Villa Fonatana Tlaquepaque Tel: 3797 0055	Minorista	
68	Bochito Tours	Guelatao # 13, Col. San Andres Guadalajara Tel: 3643 3810	Minorista	
69	Bonum Travel	Pedro García Conde # 687, Col. 5 de Mayo 2da. Sección Guadalajara Tel: 36 70 57 24	Minorista	
70	Business and Tours	Av. San Jacinto No. 1152-4 Planta Alta, Jardines de la Paz Norte Guadalajara Tel: 38-60-16-26	Minorista	
71	C y R Consultores de Viajes	Valle de Mazamitla # 65, Col. Parque Real Zapopan Tel: 36 57 06 15	Minorista	
72	Capimundo	Avenida Guadalupe # 4394 Zapopan Tel: 31219614	Minorista	
73	Carlson Wagonlit Travel	Avenida Vallarta # 1447 Guadalajara Tel: 38258034	Minorista	
74	Casa de Incentivos y Grupos	Av. Guadalupe No.1267, Chapalita Zapopan Tel: 3122 3240	Minorista	
75	Casas Tours	Niños Héroes # 24 Tlaquepaque Tel: 36578970	Minorista	
76	Central de Viajes y Cruceros	López Cotilla # 2189-A, Arcos Vallarta Guadalajara Tel: 36301202	Minorista	
77	Circulo Premier Operadora	Tepeyac # 403 B, Col. Ciudad de los Niños Zapopan Tel: 1204 3151	Operador Mayorista	
78	Class Tours	Av. López Mateos # 2077, local 24, nivel 3, Chapalita Oriente Guadalajara Tel: 3122 7201	Minorista	
79	Club de Viajes Amigos y Familia	Hidalgo No. 1256, Col. Villaseñor, entre Ignacio Ramírez y Gral Coronado Guadalajara Tel: 1186 9186	Minorista	
80	Cocos Travel	5 De Febrero # 1335 Guadalajara Tel: 3342 3114	Minorista	
81	Convisa	Avenida 16 de Septiembre # 730, local B, Centro Guadalajara Tel: 36148228	Minorista	
82	Corales Tours	Charrasqui No. 4168, Col. Paseos del Sol 3era. Sección Zapopan Tel: 15 81 13 64	Minorista	
83	Corienter Viajes y Eventos	Avenida López Mateos Sur # 1599-5, Chapalita Zapopan Tel: 31232324	Minorista	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

84	Corporativa de Viajes	Alfredo R. Plascencia # 26 Guadalajara Tel: 36160113	Minorista	
85	Crown Travel Company	Av. La Paz # 1364, Colonia Americana Guadalajara Tel:3826 1620	Minorista	
86	Cruceros y Cruceros	Pedro Moreno # 1109-103, Americana Guadalajara Tel: 38269715	Operador Mayorista	
87	Dale Tours	Local No. 426 de Wal-Mart frente al Palomar. Delegación: La Tijera Tlajomulco de Zuñiga Tel: 1368 828	Minorista	
88	Delatsa Tours	Garibaldi # 1374, local 9 Guadalajara Tel: 38262219	Minorista	
89	Destinos Club Vacacional Operadora	Honduras II # 4341 int. D-03, Col. Jardines Universidad Zapopan Tel: 3610 1169	Operador Mayorista	
90	Diamante Tour	Manuel M. Diéguez # 349, Constitución Guadalajara Tel: 3563 6556	Minorista	
91	DJAVU, Eventos y Viajes	Rayo # 2662, Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 12010230	Minorista	
92	Dromos, S.A. de C.V.	Avenida Pablo Casals # 487-A, Prados Providencia Guadalajara Tel: 36420606	Minorista	
93	Dubai	Rio Lagos No. 1980, Col. Atlas Guadalajara Tel: 3343 1718	Minorista	
94	Eclipse Viajes	Av. Moctezuma 5385-A, Col.Unidad Habitacional el Colli CTM Zapopan Tel: 3125-39-34	Minorista	
95	Ecoaventurate, Expediciones y Viajes	Av. Matatlán # 417-E, Col. San Gaspar Tonalá Tel: 1258-0699	Minorista	
96	Ecoaventura, Campismo Profesional Operadora	Avenida Americas # 24-5, Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 3120 5968	Minorista	
97	Edenia Viajes Leonarwill	Avenida Mariano Otero # 5420-2 Zapopan Tel: 36340230	Minorista	
98	Edenia Viajes Leonarwill	Industria # 1674-B, San Juan Bosco Guadalajara Tel: 36448697	Minorista	
99	Edenia Viajes Leonarwill	Avenida López Mateos Sur # 5468, local 13, Arboledas Zapopan Tel: 36323312	Minorista	
100	Educación Internacional	Circunvalación Agustín Yáñez # 2559-2, Arcos	Minorista	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

		Sur Guadalajara Tel: 36301870		
101	El Dorado	Paseo Bohemio No. 133, Col. Belisario Domínguez Guadalajara Tel: 35-63-00-75	Minorista	
102	El Salto Tours	Calle 600 # 653-B El Salto Tel: 37321288	Minorista	
103	Elba Tour	Paseo de los Filósofos # 1487-B, Colinas de la Normal Guadalajara Tel: 32800901	Minorista	
104	Empretravel Club Operadora	Mariano Otero # 3431-607, Col. Verde Valle Guadalajara Tel: 3121-45-24	Operadora Mayorista	
105	Enkil	Avenida Vallarta # 5549 Zapopan Tel: 36294010	Minorista	
106	Enlaces y Viajes	Planeta # 2680, Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 3122 1135	Minorista	
107	Escape Viajes	Avenida San Ignacio # 93-10-E Zapopan Tel: 31230478	Minorista	
108	Esco Tours	Duque de Rivas , local 9 Zapopan	Minorista	
109	Espacio Turístico	Javier Mina No. 2600, Modulo 1, Int 21B, Rinconada San Andrés Guadalajara Tel: 3345 2872	Minorista	
110	Espiaggia	Francisco Sarabia # 350, Blanco y Cuéllar Guadalajara Tel: 36655091	Minorista	
111	ESTUR, Representante de Hoteles, S.A.	Avenida Chapultepec Sur # 284-109 Guadalajara Tel: 36164235	Operador Mayorista	
112	Euroviajes, Travel Agency	Atenas # 143, Americana Guadalajara Tel: 38271017	Minorista	
113	Eventos y Grupos, Calidad y Calidez	Juan I. Matute # 126 Guadalajara	Minorista	
114	Exitur, Asesores en Viajes	Zaragoza # 86-C Tonalá	Minorista	
115	Expo-Travel	Calz. Álamos # 105-A, Col. Cd. Granja Zapopan Tel: 1292 1116	Minorista	
116	Fantasía Turística	Lapislázuli # 2829-A, Residencial Victoria Zapopan	Minorista	
117	Fcq„s, Agencia de Viajes	Avenida López Mateos Sur # 2375, local 49-50 Zapopan Tel: 31211009	Minorista	
118	Fcq„s, Agencia de Viajes	Avenida Juárez # 164, Centro Guadalajara	Minorista	

		Tel: 36146682		
119	Felgueres Viajes Consep	Manuel Acuña # 1873 Guadalajara Tel: 3615 0001	Minorista	
120	Fex Turismo	Av. Federalismo 260 int. 203 Guadalajara Tel: 4780 47 00	Minorista	
121	Galaxsa Viajes	Avenida Federalismo Sur # 540-B, Moderna Guadalajara	Minorista	
122	Gallego Tours	López Cotilla # 1296, Americana Guadalajara Tel: 38264567	Minorista	
123	Gallego Viajes de Zapopan	Avenida Tepeyac # 4045 Guadalajara Tel: 36476538	Minorista	
124	GDL Tours DMC	Emiliano Zapata No. 593, Jardines de la Paz Tlaquepaque Tel: 3659 9379		
125	Génesis World	Santa Beatriz # 1289, Jardines de San Ignacio Zapopan Tel: 31211662	Minorista	
126	Global Operadora de Viajes	Simón Bolívar # 189, planta baja, Americana Guadalajara Tel: 36159499	Minorista	
127	Goal Viajes Operadora de Grupos e Incentivos	Andrés Terán No. 581, Santa Teresita Guadalajara Tel: 3826 2683	Operadora Mayorista	
128	Grijalva Tours	Niños Héroes # 2686-B, Planta Alta Guadalajara Tel: 31223600	Minorista	
129	Grupo Consultor	El Carmen # 705 Guadalajara	Minorista	
130	Grupo Imperio	Av. Federalismo Sur # 568-C, Col. Centro Guadalajara Tel: 382 723 11	Minorista	
131	Grupo Turismo	Av. Rafael Sanzio No. 529-A, Col. Arcos de Guadalupe Zapopan Tel: 10-57-49-95	Minorista	
132	Ha´Saam Tours	Av. Plutarco Elias Calles # 145, Col. San Andres Guadalajara Tel: 12 00 66 50	Minorista	
133	Hiper Fairs (Interior de Expo Guadalajara)	Avenida Mariano Otero # 1499, Verde Valle Zapopan	Minorista	
134	Hippo Viajes	Avenida Mariano Otero # 1499, Verde Valle Zapopan	Minorista	
135	Hunter Viajes Nacionales e Internacionales	Avenida Republica # 1158-6, Oblatos Guadalajara Tel: 36541420	Minorista	

136	Infini Viajes	Eulogio Parra # 1580-2 Guadalajara Tel: 38260062	Minorista	
137	Innova Multiservicios Turísticos	Villa Robledo # 672-A, Lomas de Zapopan Tel: 36569431	Minorista	
138	Intercontinental Cargo	Avenida La Paz # 1271, Sector Juárez Guadalajara	Minorista	
139	JAC Operadora	Lope de Vega # 127 Guadalajara	Operador Mayorista	
140	Jardines del Valle	Av. Federalistas # 1615 local 8, Col. Jardines del Valle Zapopan Tel: 3833 8791	Minorista	
141	Joyas de Ceren Viajes	Aurelio Aceves # 75-A, Arcos Vallarta Zapopan Tel: 36306309	Minorista	
142	Joyas de Ceren Viajes	Agustín Yañez # 2760, Arcos Sur Guadalajara	Minorista	
143	Juliá Tours	Niños Héroes # 1816, Moderna Guadalajara Tel: 38272330	Operadora Mayorista	
144	Kukulkan Agencia de Viajes	Mesa Central # 457, Belisario Domínguez Guadalajara Tel: 36381996	Minorista	
145	La Estancia Viajes	Avenida México # 3370, local 10, zona 0, Unidad México Zapopan Tel: 38131464	Minorista	
146	La Estancia Viajes	Miguel Angel # 84, La Estancia Zapopan Tel: 36299822	Minorista	
147	La Guadalupana Viajes	Carretera de Cuota Guadalajara-Zapotlanejo, local 48, zona D Zapopan Tel: 36001803	Minorista	
148	Labna	Revolución Poniente # 61 Guadalajara Tel: 36137518	Minorista	
149	Lash Viajes	Othón Blanco Cáceres No. 3537, Col. Lomas de Polanco Guadalajara Tel: 9627-11- 20	Minorista	
150	Lax Travel and Tour	Av. México No. 3370 Plaza Bonita Local F10 Guadalajara Tel: 3849 25 86	Minorista	
151	Link Turismo y Convenciones	Av. Palmeras No. 955, Col. La Tuzanía Zapopan Tel: 1561-71-52	Minorista	
152	Loco Travel	López Cotilla No. 996 A, Col. Americana Guadalajara Tel: 3827 3635	Minorista	

153	Magaly Viajes	Arboledas # 2500, local 32, zona B Guadalajara Tel: 38102288	Minorista	
154	Magaly Viajes	Avenida Acueducto # 6050, local 17 Zapopan Tel: 36423717	Minorista	
155	Magaly Viajes	Avenida Manuel J. Clouthier # 888, local 45, Prados Tepeyac Zapopan Tel: 36286512	Minorista	
156	Magic Travel	Av. Patria No. 2954-Q, El Colli Urbano Zapopan Tel: 1562 6605	Minorista	
157	Magnitur, Operadora Turística	Circunvalación Agustín Yañez # 2567-G, Arcos Vallarta Guadalajara Tel: 38183333	Operadora Mayorista	
158	Magno Viajes Guadalajara	Pablo Villaseñor No. 224, entre Av. México y Reforma Guadalajara Tel: 3334 1359	Minorista	
159	Mar y Sol Viajes	Isla Tazmania # 2044-2 Guadalajara Tel: 3645 6521	Minorista	
160	Marino Travel	Av. Niños Heroes # 2804-1, Col. Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 3122 2805	Minorista	
161	Marissa Agencia de Viajes	Av. de la Mancha No. 703, Col Lomas de Zapopan Tel: 1086 6925	Minorista	
162	Marketing Travel Operadora	Av. Homero # 275, Fracc. Monraz Guadalajara Tel: 3813 1436	Operadora Mayorista	
163	Mayam Tours	Constitución No.118 B, entre Hidalgo y Morelos; Centro Tonalá Tel: 36831909	Minorista	
164	Meridian Travel Planners	Manuel Acuña # 3497, Col. Rinconada Santa Rita Guadalajara Tel: 3813 4448	Minorista	
165	Metrópoli	Isla Caicos No.3421 Guadalajara Tel: 3646-67-90	Minorista	
166	Mex-Jal de Occidente	Av. Vallarta # 1566, Col. Americana Guadalajara Tel: 36 16 68 98	Minorista	
167	Modi Tours	Eulogio Parra # 3107, Monraz Guadalajara Tel: 36417018	Minorista	
168	Montealban Turismo y Comunicaciones	Santo Tomas de Aquino No. 5591 A, Col. Arcos de Guadalupe Zapopan Tel: 3627 4061	Minorista	
169	Morely Viajes	Ramón Corona # 284, Col. Atemajac del Valle Zapopan Tel: 32 80 17 25	Minorista	

170	Morett Zuro, Agencia de Viajes	Circunvalación División del Norte # 123-A, Independencia Zapopan Tel: 36377111	Minorista	
171	Multi Agencia Tonalá	Emiliano Zapata # 161 Tonalá Tel: 36832400	Minorista	
172	Mundo Joven Travel Shop	Av. Vallarta No. 2440, Arcos Vallarta Guadalajara Tel: 3630 9186	Minorista	
173	Nacional de Hoteles	Avenida Patria # 5003, local 2-D, Jardines Vallarta Zapopan Tel: 36298876	Minorista	
174	Naturmex	Paseo de los Avellanos # 1352, Col. Tabachines Zapopan Tel: 39 42 55 00	Minorista	
175	Nevada Tours	Herrera y Cairo # 2604, Lomas de Guevara Guadalajara Tel: 36161941	Minorista	
176	New Age Operadora	Prolong 16 de Septiembre # 3700 -131, Hogares de Nuevo México Zapopan Tel: 1561 4417	Operadora Mayorista	
177	New Gate Tours	Av. Mariano Otero # 3431, Col. Verde Valle Guadalajara Tel: 3817 4661	Minorista	
178	New Horizons International	Avenida Libertad # 1871-A, Americana Guadalajara Tel: 38263398	Minorista	
179	Niveles Tours	Avenida Fidel Velásquez # 1058, Santa Elena Alcalde Guadalajara Tel: 38543575	Minorista	
180	Nonstop Travel	Camino al Iteso # 8650 L A 3, Conjunto comercial unisur plaza Iteso Col. El Mante Tlaquepaque Tel: 31 65 12 20	Minorista	
181	N.Orbit Viajes Zapopan	Av. Felipe Zetter # 3447 Local 1, Col. Paseos del Sol Zapopan Tel: 31-33-96-99	Minorista	
182	Ocho Ríos, Promotora de Viajes	Miguel de Cervantes # 86-2, Americana Zapopan Tel: 36303450	Minorista	
183	Operadora Comercial de Occidente	Carretera Libre a Zapotlanejo-2 Tlaquepaque Tel: 36000986	Minorista	
184	Operadora Intermedia Tikun	Av. México # 3370 int. 20 zona D, Planta Baja (Plaza Bonita) Guadalajara Tel: 16-17-08-98	Minorista	
185	Operadora Nordika	Colonias # 221-C, Americana Guadalajara.	Minorista	
186	Operativa Corporativa de Viajes	Alfredo R. Plascencia # 26 Guadalajara Tel: 36160113	Operador Mayorista	

187	Óptima, Agencia de Viajes	Avenida Chapultepec, local 17 Guadalajara Tel: 38125590	Minorista	
188	OTM Conexión Operadora	Prolongación Guadalupe # 2415, Col. Residencial San Jorge Zapopan Tel: 3133 9705	Operadora Mayorista	
189	Outlet Vacations Agencia de Viajes	Paseo Bohemio No. 133, Col. Belisario Domínguez Guadalajara Tel: 35-63-00-75	Minorista	
190	Pacific Tour Operator	Morelos # 1671-2, Barrera Guadalajara Tel: 36303970	Operadora Mayorista	
191	Panda Express Tours	Isla Raza No. 2449, Jardines de San José Guadalajara Tel: 3144 0690	Minorista	
192	Pangea Tours	Cuauhtémoc # 55-A, Zapopan Tel: 36331893	Minorista	
193	Panorama	Avenida Patria y Pablo Neruda # 4341, local 16, zona J, Villa Universitaria Zapopan Tel: 36101341	Minorista	
194	Panorama Travel	José Guadalupe Zuno # 2045, Americana Guadalajara Tel: 36161721	Minorista	
195	Panorama, American Express	Carretera a la Base Aerea # 5850-4, La Mora Zapopan Tel: 38189273	Minorista	
196	Pantoyo, Agencia de Viajes	Av. La Paz # 1934-C, Col. Obrera Centro Guadalajara Tel: 3825-54-20	Minorista	
197	Paquetes Vacacionales	Nicolás Copernico # 1085, La Primavera Zapopan Tel: 36202457	Minorista	
198	Paquetes Vacacionales San Rafael	Manuel M. Ponce # 416-A, Residencial San Rafael Guadalajara Tel: 36437787	Minorista	
199	Para viajar.travel	Av. Eulogio Parra # 2735-A, Col. Prados Providencia Zapopan Tel: 36-40-47-69	Minorista	
200	Piratas Travel	Av. Belisario Domínguez # 2153, Col. Belisario Domínguez Guadalajara Tel: 33 33 60 74	Minorista	
201	Prego Viajes Empresarial	Niños Héroes # 2513, Jardines del Bosque Guadalajara	Minorista	
202	Prego Viajes Turismo	Avenida Terranova # 1220, Providencia Guadalajara Tel: 36420025	Minorista	
203	Programas y Servicios Turísticos	Ramón Corona # 176, Centro Tlaquepaque Tel: 36861160	Minorista	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

204	Programas y Servicios Turísticos	Centro Comercial el Sauz, local 1-A Tlaquepaque Tel: 36462266	Minorista	
205	Promovacaciones Fcqs	Plaza Tepeyac # 1150, local 3, zona A Zapopan Tel: 36282767	Minorista	
206	Provenza	Av. Vallarta # 3005-A, Col. Vallarta Poniente Guadalajara Tel: 3615 1680	Minorista	
207	PTB Tours de México,PE-TRA Operadora de Viajes	General San Martín # 127, Americana Guadalajara Tel: 36151416	Operadora Mayorista	
208	PZ Viajes	Guty Cárdenas # 4413, Col. Los Pinos Zapopan Tel: 3808 0909	Minorista	
209	Quetzalcoatl	Josefa Ortíz de Domínguez # 1578 Guadalajara	Minorista	
210	Ramses Tours	Juan Álvarez No. 1428, Col. Santa Teresita Guadalajara Tel: 3616 5050	Minorista	
211	Recreatur	Juan Palomar y Arias No. 381, Local 5, entre Ley y Av. México, Fraccionamiento Monraz Guadalajara Tel: 3813 0068	Minorista	
212	Reef travel	Francisco J. Mujica No. 925, Col Jardines Alcalde Guadalajara Tel: 33-35-20-37	Minorista	
213	Representaciones Prisma	Francisco Zarco # 2354-A, Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 36156391	Operadora Mayorista	
214	Rojobe Tour	Avenida Fidel Velásquez # 1392-A, Santa Elena Alcalde Guadalajara Tel: 38540625	Minorista	
215	RTC, Operadora	Santa Teresa de Jesús # 718-B, Camino Real Zapopan	Operadora Mayorista	
216	Rutas Mundiales	Avenida México # 3370, local 11, zona D, Unidad México Guadalajara Tel: 38130307	Minorista	
217	R.M. Viajes	Avenida Arcos # 139 Guadalajara Tel: 36166123	Minorista	
218	Sagitario Agencia de Viajes Chapalita	Avenida Nicolás Copernico # 3959 Guadalajara Tel: 36222800	Minorista	
219	San Diego Tours	Bélgica # 529, Americana Guadalajara Tel: 38254045	Minorista	
220	Sanflor Operadora	Venustiano Carranza No. 73, Col. Centro Tonalá Tel: 3691-99-95	Operadora Mayorista	

221	SC Tours	Marsella # 80, Barrera Guadalajara Tel: 36153689	Operadora Mayorista	
222	Selecto Groups	Av. Juan Gil Preciado # 7013-A Local 8, Col. Jardines de Nuevo México Zapopan Tel: 1677 3797	Minorista	
223	Sendetur	Nueva Central Camionera, módulo 7 Tlaquepaque Tel: 36000732	Minorista	
224	Service Tour México Operadora	Condominio Plaza La Hacienda Local 4, Col. Villas de la Hacienda Tlajomulco de Zúñiga Tel: 1189 2393	Minorista	
225	Servicios Azteca Turística	Iztlacihuatl # 1825, Independencia Guadalajara Tel: 39426000	Operadora Mayorista	
226	Servicios de Enlaces Turísticos	José Clemente Orozco # 154-A Guadalajara Tel: 38257594	Minorista	
227	Servicios Turísticos Arrecife	Avenida Unión # 240 Guadalajara Tel: 31208595	Minorista	
228	Servicios Turísticos Catmon	Av. Hidalgo # 1073, Col. Americana Guadalajara Tel: 3827-7837	Minorista	
229	Servicios Turísticos Travel Mex	España # 1560, Moderna Guadalajara Tel: 38102216	Minorista	
230	Servivacaciones	Avenida Javier Mina # 299-3 Guadalajara Tel: 36542503	Minorista	
231	Servyviajes	Monte Olivette # 407, Col. Independencia Guadalajara Tel: 3280 2945	Minorista	
232	Sevilla Sol Viajes	Boulevard Puerta de Hierro No. 4965, local G 113 Guadalajara Tel: 3648 2530	Minorista	
233	Sevilla Sol Viajes	Av. Luis Pérez Verdía # 144, Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 36 69 53 20	Minorista	
234	Sevilla Sol Viajes	Av. Laureles No. 1300, Centro Comercial Gran Terraza Belenes, local L 55 Zapopan Tel: 3633 9966	Minorista	
235	Signoret Viajes	Eulogio Parra # 2735 Guadalajara Tel: 36425155	Minorista	
236	Siknáal Viajes	Av. López Mateos No. 2500, Int. 3, Interior hotel Crown Plaza Zapopan Tel: 4780 4101	Minorista	

237	Silver Travel , Sociedad Cooperativa de Productos	Avenida México # 3370, local 4 y 5, zona P, Monraz Guadalajara Tel: 38130442	Minorista	
238	Sistema de Reservaciones de Hoteles	San Pablo # 655, Chapalita Zapopan Tel: 31223524	Minorista	
239	Six & Nine Travels	A las CumbresI # 115, Col. Prados Vallarta Zapopan Tel: 3165 1525	Minorista	
240	Sofistic Travel	Rancho el Recodo 1217, Col. Lomas de San Eugenio Guadalajara Tel: 3644 00 53	Minorista	
241	Sol y Mar	Ramón Corona No.1 76, Col. Santa Anita Tlaquepaque Tel: 327 15 214	Minorista	
242	Solways México Operadora	Av. Vallarta # 1625 desp. 206, Col. Lafayette Guadalajara Tel: 3123 1358	Operadora Mayorista	
243	Souvenirs Operadora de Viajes	Avenida Vallarta # 2440, local C-7, Plaza Arcos Vallarta Guadalajara Tel: 36303846	Operadora Mayorista	
244	Sub Travel	Plan de Ayala # 3604, Fracc. Revolución Tlaquepaque Tel: 38 60 70 30	Minorista	
245	SYL Travel + Tours	Arco Turan, esquina Arco Julio César, Arcos de Zapopan	Minorista	
246	Tag Holdings.travel Operadora	Av. Eulogio Parra No. 2735-A, Col. Prados Providencia Guadalajara Tel: 3640-47-69	Operadora Mayorista	
247	Taino Tours, S.A. de C.V.	Avenida López Mateos Norte # 330-A Guadalajara Tel: 36165027	Minorista	
248	Tecama Viajes, Cursos y Campamentos	Avenida Vallarta # 2440, local 13, zona D Guadalajara Tel: 36167633	Minorista	
249	Terratur	Avenida Patria # 796-D, Jardines Universidad Zapopan Tel: 36733737	Minorista	
250	Terratur	Avenida Gobernador Curiel # 4832, local 11, Miravalle Guadalajara Tel: 36750333	Minorista	
251	Titi Viajes	Esteban Loera # 185 Guadalajara Tel: 36174009	Minorista	
252	Titi Viajes	Interior del Mercado Libertad, local 11-47-B Guadalajara Tel: 36184991	Minorista	
253	Tonaly Tour	Sierra Madre # 244-B, Colonia Independencia Guadalajara Tel: 36517811	Minorista	

254	Tony Tours, Agencia # 1	Jesús # 498 guadalajara Tel: 35856872	Minorista	
255	TOURS MM	Felix Cervantes # 1128-A, Col. Residencial La Soledad Tlaquepaque Tel: 3601 6975	Minorista	
256	Travel Design	Marsella # 570-306 Guadalajara	Minorista	
257	Travel Design	Agustín Yañez # 2256-4, Circunvalación Guadalajara	Minorista	
258	Travel Haus Operadora	Aurelio L. Gallardo # 222, Col. Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 3824-8139	Operadora Mayorista	
259	Travel Shop Viajes	Juan Kepler # 3553-2, Col. Fracc. Arboledas Zapopan Tel: 1651 7246	Minorista	
260	Travelandmexico	Av. Juárez No. 170, Col. Centro Guadalajara Tel: 3614 86 50	Minorista	
261	Turipensiones	Zacatecas # 1136, local 4, Observatorio Guadalajara Tel: 32080388	Minorista	
262	Turismo Anfer	Av. Niños Heroes No. 242, Local 3-C, Centro Tlaquepaque Tel: 3333 8854	Minorista	
263	Turismo Aventura	Juan de Dios Robledo 550, Col. Las Huertas Guadalajara Tel: 3655 05 05	Minorista	
264	Turismo de Gala	San Pedro y San Pablo # 708, Col. El Campanario Zapopan Tel: 3651-62-88	Minorista	
265	Turismo Internacional Suizmex	Manuel M. Diéguez # 107-1, Sector Hidalgo Guadalajara Tel: 36153414	Minorista	
266	Turismo Macull	López Cotilla # 163 Guadalajara Tel: 36147015	Minorista	
267	Turismo Manacar	Atenas # 141-D, Americana Guadalajara Tel: 38255129	Minorista	
268	Turismo Oblatos	Avenida Circunvalación # 2700, local 3, Centro Comercial Gigante Guadalajara Tel: 36436047	Minorista	
269	Turismo Osiris	Avenida Revolución # 2717, local 1 Guadalajara Tel: 36576426	Minorista	
270	Turismo Richart	Avenida Las Fuentes # 116-2 Zapopan Tel: 36344078	Minorista	
271	Turismo Rubí	Gómez Farías # 906, General Real Zapopan Tel:36172429	Minorista	

272	Turismo Sonrisa	Paseo del Hospicio # 63 Guadalajara Tel: 36189641	Minorista	
273	Turismo Sonrisa	Plaza Bugambilias, local 32, zona C Zapopan Tel: 36843318	Minorista	
274	Turismo Venser (Interior del hotel Camino Real)	Lázaro Cárdenas # 3859-2 Zapopan Tel: 36471534	Minorista	
275	Turísticos Aztlán	Rayón # 829, Moderna Guadalajara Tel: 38108809	Minorista	
276	Turísticos Majame	Paseo de los Filósofos # 1581 Guadalajara Tel: 38538866	Minorista	
277	Turkuaz Tour	Volcán Jorullo # 5060, Col. El Colli Urbano Zapopan Tel: 3368 0514	Minorista	
278	Universo Agencia de Viajes	Avenida Americas # 226-1 Guadalajara Tel: 36154519	Minorista	
279	Urantia Kollection Operadora	Av. México # 2539-10, Col. Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 3615 7767	Operadora Mayorista	
280	Uxmal Tours	Río Ocotlán # 1411, Atlas Guadalajara Tel: 38386927	Minorista	
281	Vacaciones Mazatlán	Avenida Hidalgo # 1008, Villaseñor, entre Enrique Díaz De León y Reforma Guadalajara Tel: 35851040	Minorista	
282	Veramar, Congresos y Convenciones	Avenida México # 3370, local R-7, Plaza Bonita Guadalajara Tel: 38134121	Minorista	
283	Via Nova Agencia de Viajes	Avenida Américas # 927, Sector Hidalgo Guadalajara Tel: 38173072	Minorista	
284	Viaggiare	Garibaldi # 1608 Guadalajara Tel: 36166237	Minorista	
285	Viaggio Servicios Turísticos	Av. López Mateos Sur NO. 2096, local 7, Col. Chapalita Oriente Zapopan Tel: 1057 9354	Minorista	
286	Viaja Libre	Av. Marina Mazatlán # 155 A, Col. Santa Margarita Zapopan	Minorista	
287	Viaja y Sonríe	Av. Fidel Velázquez # 225, Col. Independencia Guadalajara Tel: 15 95 26 78	Minorista	
288	Viajar LH	Av. México No. 3017, interior 3 Guadalajara Tel: 3630 1266	Minorista	

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

289	Viajes Akumal	Avenida Río Nilo # 1000, local 9, Lomas del Nilo Guadalajara Tel: 36800790	Minorista	
290	Viajes Alfa„s	Emiliano Zapata # 80 Tonalá Tel: 36830853	Minorista	
291	Viajes Alicardi	Sierra Mazamitla # 5346 Zapopan Tel: 36326029	Minorista	
292	Viajes Anami	Avenida Juárez # 145, interior 3 Tlaquepaque Tel: 36356063	Minorista	
293	Viajes Aquamarina	Duque de Rivas # 318, Arcos Sur Guadalajara Tel: 36300694	Minorista	
294	Viajes Arcos	Niños Héroes # 2654, Jardines Del Bosque Guadalajara Tel: 31215705	Minorista	
295	Viajes Atlixtac, S.A. de C.V.	Ramón Corona # 115-A, entre Juárez y Ocampo, Santa Anita Tlaquepaque Tel: 36860821	Minorista	
296	Viajes Basílica	Morelos # 55 Zapopan Tel: 36363700	Minorista	
297	Viajes Bellagio	Avenida Federalismo Norte # 2399, Atemajac Zapopan Tel: 38244972	Minorista	
298	Viajes Bojorquez, Vallarta Chapultepec	Progreso # 81, Americana Guadalajara	Minorista	
299	Viajes Capistrano	Avenida Patria # 600, local 4, zona B, Naciones Unidas Zapopan Tel: 36731415	Minorista	
300	Viajes Cárdenas Flores	Sol # 2839, Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 31225360	Minorista	
301	Viajes Cartagena	Periférico Sur No. 8585, Universidad ITESO Tlaquepaque Tel: 3134 2958	Minorista	
302	Viajes Copenhaguen American Express	Manuel J. Cloutier # 156 Zapopan Tel: 36297957	Minorista	
303	Viajes Correcamino	Avenida Chapultepec # 560, local B Guadalajara Tel: 36160042	Minorista	
304	Viajes Cruzaley	Bonifacio Andrada # 2740-1 Guadalajara Tel: 36424997	Minorista	
305	Viajes del Bosque	Luna No. 2763, Col. Jardines del Bosque Guadalajara Tel: 40 40 31 35	Minorista	
306	Viajes Duquez	Guadalupe Montenegro # 1866, Moderna Guadalajara Tel: 38260152	Minorista	

307	Viajes El Bocho	Avenida de las Rosas # 48 Guadalajara 36475900	Minorista	
308	Viajes el Rumbo es México	Avenida Federalismo # 636, Artesanos Guadalajara Tel: 36581248	Minorista	
309	Viajes Flamenco	Avenida Obreros de Cananea # 1072, Villa De Los Belenes Zapopan Tel: 36560532	Minorista	
310	Viajes GDL	Avenida Isla Gomera # 3247, Jardines de la Cruz Guadalajara Tel: 31441586	Minorista	
311	Viajes Gret	Niños Héroes # 2795-A, Planta Alta Guadalajara Tel: 33448980	Minorista	
312	Viajes Gufri	Plaza Revolución, local 8, zona B, Sector Reforma Guadalajara Tel: 36591836	Minorista	
313	Viajes Hecht	López Cotilla # 271, Centro Guadalajara Tel: 36148540	Minorista	
314	Viajes Huatulco	Pablo Valdés # 3452-1 Guadalajara Tel: 36080648	Minorista	
315	Viajes Huentitán	Calzada Independencia # 3295, local 17, zona H Guadalajara Tel: 36746446	Minorista	
316	Viajes Huerta	Mar Rojo # 1204, Miraflores Guadalajara Tel: 38541555	Minorista	
317	Viajes Intermex	Avenida Conchitas # 2710-B, Residencial Loma Bonita Zapopan Tel: 36317653	Minorista	
318	Viajes Internacionales Camao (Interior del Hotel Fiesta Americana)	Aurelio Aceves # 225 Guadalajara Tel: 36151066	Minorista	
319	Viajes Internacionales Gereka	Avenida México # 3327-A, Vallarta San Jorge Guadalajara Tel: 3121 9051	Minorista	
320	Viajes Internacionales Gereka	Av. Acueducto No. 6050, Lomas del Bosque Zapopan Tel: 3642 3717	Minorista	
321	Viajes Israel	Periférico Norte # 221-B-12 Zapopan Tel: 36369718	Minorista	
322	Viajes Jaibek	Gabino Barrera # 860-B Guadalajara Tel: 36503775	Minorista	
323	Viajes Jessey	Avenida Vallarta # 1566, Americana Guadalajara	Minorista	

		Tel: 36166898		
324	Viajes Jumbo	Avenida México # 2455-1 Guadalajara Tel: 36152122	Minorista	
325	Viajes Karana	Avenida San Jacinto # 1018, Jardines De La Paz Guadalajara Tel: 35624536	Minorista	
326	Viajes Leal	José María Iglesias # 3848 Guadalajara Tel: 36080481	Minorista	
327	Viajes Liberación	Colegiales # 103, esquina 16 de Septiembre, Centro Guadalajara Tel: 36132063	Minorista	
328	Viajes Lulú	Elias Villalpando # 948, Jardines del Nilo Guadalajara Tel: 10862466	Minorista	
329	Viajes Marlog	Francisco Vázquez Coronado # 1987-A Guadalajara Tel: 35877183	Minorista	
330	Viajes Marplay	Sierra Madre # 526-A, Independencia Guadalajara.	Minorista	
331	Viajes Marplay	Espuela # 2317, Valle del Álamo Guadalajara Tel: 38102795	Minorista	
332	Viajes Marplay	Av. de las Arboledas # 2500 local 18F, Col. Rinconada de las Arboledas Guadalajara Tel: 3812 1903	Minorista	
333	Viajes Marsans de México	Avenida Unión # 163-8, despachos 801-802, esquina López Cotilla Guadalajara Tel: 36302728	Operadora Mayorista	
334	Viajes Mazarino	Avenida Conchitas # 3112, interior 1, entre Anguila y Félix Rouyer Zapopan Tel: 36349825	Minorista	
335	Viajes Mediterráne Operadora	Pavo # 135-1-A, entre López Cotilla Y Juárez Guadalajara Tel: 3614 1519		
336	Viajes Mex-Jal de Occidente	Eulogio Parra # 2510, entre Miguel A. de Quevedo y Montreal Guadalajara Tel: 3641 4637	Minorista	
337	Viajes Monsar	Francisco Javier Gamboa # 388-A, Planta Baja Guadalajara Tel: 36161826	Minorista	
338	Viajes Monyarr	Avenida del Maíz # 1300, local 23, Belenes, dentro de Plaza San Isidro Zapopan Tel:31267641	Minorista	
339	Viajes Naciones Unidas	Avenida Patria # 4926-206,esquina naciones	Minorista	

		Unidas y León Tolstoy, Jardines Universidad Zapopan Tel: 36290058		
340	Viajes Nemiki Plaza	Gorrión # 1274, local 6, zona F, Morelos Guadalajara Tel: 38115630	Minorista	
341	Viajes Nut Meeting	Paseo de la Familia # 388, Col. Paseo del Briseño Zapopan Tel: 1488 4768	Minorista	
342	Viajes Oasis	José Ma. Narváez # 1187-A, entre Santo Tomás y San Esteban, San Isidro Guadalajara Tel: 36559124	Minorista	
343	Viajes Obsidiana	Terpsicore # 2517-A, Col. Lomas de Independencia Guadalajara Tel: 3674 6691	Minorista	
344	Viajes Olaes	Avenida Chapultepec Sur # 590, local 5-B, entre Niños Héroes y Vidrio, Americana Guadalajara Tel: 36302792	Minorista	
345	Viajes Olivo	Olivo # 1573, Col. del Fresno Guadalajara Tel: 3812 1437	Minorista	
346	Viajes Omvexa	Avenida La Paz # 2513, entre Lope de Vega y Francisco De Quevedo, Arcos Sur Guadalajara Tel: 36153666	Minorista	
347	Viajes Ontiveros	Francisco de Ayza # 999, San Juan Bosco Guadalajara Tel: 36557194	Minorista	
348	Viajes Parola	Colima # 1361, Col. Mezquitán Guadalajara Tel: 33 42 49 70	Minorista	
349	Viajes Rossel	Cubilete # 16-A, esquina López Mateos, Chapalita Zapopan Tel: 36479235	Minorista	
350	Viajes Tulipán	José Ma. Vigil # 2983, entre Terranova y Quebec, Providencia Guadalajara Tel: 36422277	Minorista	
351	Viajes Ultramar	Eulogio Parra # 3107, entre Juan Palomar y Arias Guadalajara Tel: 36429479	Minorista	
352	Viajes Varsovia	Porfirio Díaz # 612, entre Pablo Valdés y Fray Teresa de Mier, El Mirador Guadalajara Tel: 36188168	Minorista	
353	Viajes Veraca	Álamo # 2, Col. Bosques de Tonalá Tel: 3602 5393	Minorista	

354	Viajes Xochitl	Avenida Xochitl # 4436, entre Gladiolas y Rosas, Prados Tepeyac Zapopan Tel: 31216486	Minorista	
355	Viajes y Excursiones Alondra	Medrano # 1196, esquina con la calle 44, Hernández Romo Guadalajara Tel: 35623753	Minorista	
356	Viajes y Servicios de Lux	Pto. Perla Escondida # 52, Col. Miramar Zapopan Tel: 3180 3013	Minorista	
357	ViajoMéxico.Com	López Cotilla No. 163, Col. Centro Guadalajara Tel: 3614 4255	Minorista	
358	Viamar Tours	Av. Javier Mina 3082, Col. El Porvenir Guadalajara Tel: 33-33-21-26	Minorista	
359	Viamex	Avenida López Mateos Norte # 59-C, entre Hidalgo y Fernando De Celada Guadalajara Tel: 36151026	Minorista	
360	Vidtour	Av. Circunvalación # 760-2, Col. Jardines Alcalde Guadalajara Tel: 33 66 61 11	Minorista	
361	Villatours	Avenida López Mateos Sur # 1701-B, entre Capuchinas Y Asunción Guadalajara Tel: 36477001	Minorista	
362	Viñales Tours	Avenida López Mateos Norte # 1038-9, entre Florencia y Colomos Guadalajara Tel: 38172055	Operadora Mayorista	
363	Virtual travel GDL	Av. Guadalupe # 5650 Int. Misión San Jorge 128, Col. Plaza Guadalupe Zapopan Tel: 3827 6286	Minorista	
364	Visatur	Av. Vallarta No. 2787, Frente a la Minerva Guadalajara Tel: 3615 7800	Minorista	
365	Visatur	Prolongación Américas No 1612-A, entre Providencia y Montevideo Guadalajara Tel: 3678 9232	Minorista	
366	Visatur	Av. La Paz No. 2166, G esquina General San Martin Guadalajara Tel: 3615 9227	Minorista	
367	Visatur Plaza Turquesa	Av. Mariano Otero No. 1917, Plaza Turquesa, Local 3, Zona B Guadalajara Tel: 3647 0808	Minorista	
368	Visatur (Agencia Matriz)	Efraín González Luna No 2465, entre Lope De Vega y Calderón De La Barca Guadalajara Tel: 3616 8200	Minorista	

369	Vision Tour	Calderón de la Barca # 33-A, Arcos Vallarta Guadalajara Tel: 31243475	Minorista	
370	Vive Vacations Operadora	Eulogio Parra # 3107, Col. Monraz Guadalajara Tel: 1086-04-51	Operadora Mayorista	
371	Viajes Forum	Hacienda De Santiago # 2308 Guadalajara Tel: 36385764	Minorista	
372	Volterra Viajes	Av. Tepeyac # 497, local 3, Chapalita Guadalajara Tel: 3122 1455	Minorista	
373	World Travel Service	Eulogio Parra # 2391, entre Luis Pérez Verdía y Aurelio L. Gallardo, Ladrón de Guevara Guadalajara Tel: 36303598	Minorista	
374	Xel-Ha Viajes	Isla Barbados # 2854, Jardines de la Cruz Guadalajara Tel: 33440015	Minorista	
375	Ximena Viajes	Jose Salome Piña # 564, Col. Miravalle Tlaquepaque Tel: 3675 2929	Minorista	
376	Yo Soy Ecoturismo y Servicios	Prado de los Laureles # 145, esquina Tepeyac, Prados Tepeyac Guadalajara Tel: 35871971	Minorista	
377	Zaa Agencia de Viajes	Avenida Circunvalación División del Norte # 666, entre Juan Subaran y Juníperos Serra Guadalajara Tel: 38242808	Minorista	
378	Zen Travel	Av. Vallarta # 2440 local D21, Condominio Plaza Arcos Guadalajara Tel: 3813-36-70	Minorista	
379	.@ Traveler de México	Jesús García # 1604, Santa Teresita Guadalajara	Minorista	

4. INFORMACIÓN AL TURISTA (MÓDULOS DE INFORMACIÓN, GUÍAS DE TURISTAS)

#	Nombre	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

1	Los Arcos Vallarta	Dirección: Av. Vallarta #2641, Col. Arcos Vallarta, C.P: 44130,Guadalajara.Tel: (33) 3615 3158	Módulo de información	Correo-e: vive@guadalajara.gob.mx Web: http://vive.guadalajara.gob.mx/
2	Casa Turismo	Paseo Degollado 105, Plaza Tapatía 44100 Guadalajara, Jal. Tel. (33) 3668 1600 / 01 - 01800 36 32 200	Módulo de información	Horario: lunes a viernes de 9 a 17 hrs
3	Dirección de Turismo de Tonalá	AV. Rio Nilo #8096 Colonia: Loma Dorada	Módulo de información	Correo-e: isoltero@tonala.gob.mx Web: http://www.tonala.gob.mx/portal/i-tur/
4	Secretaria de Turismo de Jalisco (SETUJAL)	Andador Morelos #102 Col.Centro.Guadalajara,Tel: (33) 3668 1600 / 1607 / 1615	Módulo de información	Correo-e: setujal@jalisco.gob.mx Web: http://visita.jalisco.gob.mx/wps/portal/portalturistico/
5	Dirección de Turismo de Tlaquepaque	Morelos #288 Colonia: Centro	Módulo de información	Lunes a viernes de 9:00 a 15:00 hrs. Http://www.tlaquepaque.gob.mx/turismo/
6	Dirección de Turismo de Zapopan	Vallarta #6503, Col.Ciudad GranjaC.P.45010,Zapopan. Tel (33) 3818 2200 ext 1104 / 1105 / 1106	Módulo de información	Ubicada en Plaza Concentro local F-65, implementa actividades y programas que generen inversión dentro del Municipio, con el objetivo de desarrollar el turismo en la región. Correo-e: turismo@zapopan.gob.mx

				Web: http://www.zapopan.gob.mx/dependencias/centro-de-promocion-economica-y-turismo/
7	Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara (OFVC)	Av. Guadalupe #5099, Col. Jardines de Guadalupe, C.P. 45030, Zapopan. Tel.(33) 3125 1607 / 3628 4176 Correo-e: ofvc@guadalajaramidestino.com Web: http://www.guadalajaramidestino.com/	Módulo de información	Asociación sin fines de lucro que ofrece a todo organizador de eventos un asesoramiento sobre las posibilidades y el potencial que posee la ciudad para convertirse en anfitriona.
8	Palacio de Gobierno Http://portal.guadalajara.gob.mx/Centros-de-servicio/modulos-informacion-turistica	Calle Corona S/N, Acceso Principal, Centro 44100 Guadalajara, Jal.	Módulo de información	Horarios de Atención: Horario: lunes a viernes de 9:30 a 15 hrs. Http://portal.guadalajara.gob.mx/Centros-de-servicio/modulos-informacion-turistica
9	Mohel Klug W.R Justus	Justusmohl@hotmail.com	Guía general	Idioma: aleman e ingles
10	Vela Curiel Alma Belinda	Almabvera@yahoo.com	Guía general	Idioma: ingles
11	Hernandez Gomez Ruth Lizbet	Ruthhernandez@yahoo.com	Guía general	Idioma: aleman, frances e ingles
12	Byardo Uribe Alonso Raul	Panchodiver@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
13	Alatorre Gordillo Ofelia	Ofelialtmx@yahoo.com.mx	Guía general	Idioma: ingles
14	Arias Lomeli Erik	Erik_arias@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
15	Avalos García Jorge	Avalos_jg@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles

16	Rendon García Mario Adolfo	Mario161165@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
17	Dressler Reinhard	Raivallarta@hotmail.com	Guía general	Idioma: aleman, ingles
18	López Córdova Pavel Andrik	Pavel_andrik_@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
19	Aguilar Sosa Ramon	N/D	Guía general	Idioma: ingles
20	Beltrán Pinto Pedro	Otspedro@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
21	Guzmán Curiel Arturo	N/D	Guía general	Idioma: ingles
22	Martínez Valdez Paloma del Rocío	Paloma_martinez@prodigy.net. Mx	Guía general	Idioma: ingles
23	Mora Ortiz Noel	Noel_mora@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
24	Marínez Nuño Daniel	Panzonzon@hoptmail.com	Guía general	Idioma: ingles
25	Rodríguez Félix Martin	Rodriguezm2@prodigy.net	Guía general	Idioma: ingles
26	Novoa Ramos Jorge Heriberto	N/D	Guía general	Idioma: ingles
27	Ibarra Ibarra Yessica Hortensia	N/D	Guía general	Idioma: ingles
28	Gonzalez Plazola Martha Leticia	N/D	Guía general	Idioma: ingles
29	Rodriguez Peña Alberto	Airodro123@yahoo.com	Guía general	Idioma: ingles
30	Torres Cortes Maria Elizabeth	Manitorres51@yahoo.com	Guía general	Idioma: ingles
31	Chávez Ramos Andrés	N/D	Guía general	Idioma: ingles
32	Villaseñor Velasco Pedro	N/D	Guía general	Idioma: ingles

33	Uribe Maceldo Archivaldo	Archi66@hotmail.com	Guía general	Idioma: ingles
34	Vázquez Navarrete Héctor Isodoro	N/D	Guía general	Ingles
35	Becerra Hernández Cecilio	Chiloguiadeturistas@hotmail.com	Guía general	Ingles
36	Vidal González Ana Luisa	Analuisa_vidal@hotmail.com	Guía general	Ingles
37	Rodríguez Guerra Georgina	Ginarodriguez01@hotmail.com	Guía general	Ingles
38	Ferreyra Gómez Javier	Xavieraumexique@yahoo.com.mx	Guía general	Frances
39	Ocegueda Palomera Cervando	Vervando_guia@hotmail.com,	Guía general	Ingles
40	Martínez Rodriguez Alejandro	Birdinginmexico@gmail.com	Guía general	Ingles
41	García Mendoza Gabriel	Garquiatours@hotmail.com	Guía general	Ingles
42	Guerrero África Eduardo Ismael	Egafrica@hotmail.com	Guía general	Ingles
43	Torres Cortés Jaime	N/D	Guía general	Ingles
44	Abitia Hawley Ian Francisco		Guía general	Ingles
45	Bsutos Ramírez David	N/D	Guía general	Ingles
46	Curiel Flores Jorge	Jorge_curiel_flores@yahoo.com	Guía general	Frances, ingles
47	Ubert Soto Maria Rosa Esmeralda	esmes8@hotmail.com	Guía general	Francés, ingles
48	Becerra Santana Guillardo	Willardsong@hotmail.com	Guía general	Ingles
49	García Buenrostro Carlos Exiquio	Carlos9181@yahoo.com	Guía general	Ingles

50	Peña Aceves Juan Bernardo	Bernardovallarta@hotmail.com	Guía general	Ingles
51	Chávez Reyna Rubén	Nyechavez@hotmail.com	Guía general	Ingles
52	Ibarra Ibarra Abraham	Abrahami94@hotmail.com	Guía general	Inglés
53	Izaguirre Rodríguez Ricardo	Ricardojaltours@yahoo.com	Guía general	Inglés
54	French Kohlberg Michele	Miochele1@email.com	Guía general	Ingles, fránces
55	Aranda Hernández Bernardo	Berny_arando@hotmail.com	Guía general	Inglés
56	Bernal Cruz Ramón	Chkabernal1@hotmail.com	Guía general	Inglés
57	Tello Velez Jorge Alberto	Jungleman15@hotmail.com	Guía general	Inglés
58	Villalpando Soto Raul	Raulvs07@gmail.com	Guía general	Inglés
59	Figueroa Gutíerrez Diana	Ladyd1516@hotmail.com	Guía general	Inglés
60	Gutierrez Escobedo Cecilio	Chilopv@hotmail.com	Guía general	Inglés
61	Navarro Flores Austin	Pinchetigre@hotmail.com	Guía general	Inglés
62	Torres Jacobo Jesús Yared	Chuy_rush2@hotmail.com	Guía general	Inglés
63	Castañeda Ramírez José René	Renecasta@yahoo.com.mx	Guía general	Inglés
64	Llamas Gutíerrez Inocencio	Ginodeabriga@live.com	Guía general	Inglés
65	García Quintero Janette Alejandra	O janettepur@hotmail.com	Guía general	Inglés
66	Mejía Leyva Antonio	Raicilla@mexico.com	Guía general	Inglés

67	Cruz Solis Alberto Gabriel	Gaboturs@yahoo.com	Guía general	Inglés
68	Mota García Antonio	N/D	Guía general	Inglés
69	Orea Chávez Victor Armando	N/D	Guía general	Inglés, fránces.
70	Martínez Gallardo Argudín Raúl	Amigoraul_tequila@hotmail.com	Guía general	Inglés
71	Suárez García Miguel Ángel	N/D	Guía general	Inglés
72	Cabello Álvarez Alfredo	N/D	Guía general	Inglés
73	Camacho Vargas Rosalba	Touringvallarta@hotmail.com	Guía general	Inglés
74	Mota Hernández María del Rocio	Lozmar_ventas@hotmail.com	Guía general	Ingles
75	Curiel Guzmán Paula	Paula.curiel@hotmail.com	Guía general	Inglés
76	Aranda Cabrera Bernardino	Bonny_guia@hotmail.com	Guía general	Inglés
77	Álvarez Godínez Héctor Adolfo	N/D	Guía general	Inglés
78	Aguilar Martínez Javier	Haviondo@hotmail.com	Guía general	Inglés
79	Gutíerréz Vázquez Mario	Mgilj@hotmail.com	Guía general	Inglés
80	Ávila Valdez Víctor Manuel	Visctor_guia tour@hotmail.com	Guía general	Inglés
81	Cepeda Tapia Rosa Alia	Rosye@prodigy.net.mx	Guía general	Inglés
82	Fuentes Amaral Alejandro	Taalex70@hotmail.com	Guía general	Inglés
83	Navarro Flores Fernando Alfredo	Touringvallarta@hotmail.com	Guía general	Inglés

84	Gódinez Anaya Oscar Porfirio	oscar@travelandtourméxico.com	Guía general	Inglés
85	Bañuelos Reveles Víctor Manuel	N(D	Guía general	Inglés
86	Gutiérrez Escobedo Emma	Emyge@hotmail.com	Guía general	Inglés
87	Delgadillo Velázquez Miguel	Dmiguel@live.com.mx	Guía general	Inglés
88	Ibarra Cedeño Jesús Adrian	N/D	Guía general	Inglés
89	Mota Hernández Santa	Motasanta@hotmail.com	Guía general	Inglés
90	Gómez Chávez Fidel Robert	Bob_fulano@hotmail.com	Guía general	Inglés
91	Velázquez Castillo José Arturo	N/D	Guía general	Inglés
92	Hernández Vázquez Gerardo	Gerardomexico@yahoo.com.mx	Guía general	Inglés
93	Díaz Surber Héctor	MA.MBRUSS123@HOTMAIL.COM	Guía general	Inglés
94	Duarte Pacheco Herasmo	Duarte01_17@hotmail.com	Guía general	Inglés
95	Del llano Granados Federico René	N/D	Guía general	Inglés
96	Martínez Aldana Maria Cecilia	Mcma55@hotmail.com	Guía general	inglés, alemán, francés
97	Chávez José Isais	Lizethisais@gmail.com	Guía general	Inglés
98	Ruelas González James	Jimmyruls@hotmail.com	Guía general	Inglés
99	López Campuzano Alejandro	N/D	Guía general	Inglés
100	López Gómez Gloria	Glopez.setujal@gmail.com	Guía general	Inglés

101	Hernández Encinas Jorge Enrique	Indiopv@hotmail.com	Guía general	Inglés
102	Barbosa de la o José Juan	N/D	Guía general	Inglés
103	Cruz Partida Hugo	Dental_victoria@hotmail.com	Guía general	Inglés
104	Ramírez Campos Rolando Ariel	Rolandgarros13@gmail.com	Guía general	Inglés
105	García Robles Jorge Adalberto	N/D	Guía general	Inglés
106	González Fierros Jairo Alejandro	Jairosgf@hotmail.com	Guía general	Inglés
107	Nazareth Arechiga Abran Yovani	Misilmx7@hotmail.com	Guía general	Inglés
108	Saldaña López Azael	Azasel10@hotmail.com	Guía general	Inglés
109	García de Alba Huezo Eduardo	Laloodealba@hotmail.com	Guía general	Inglés
110	Méndez Cruz Salvador	Caballodiferro@hotmail.com	Guía general	Inglés
111	Hernández León Celia	N/D	Guía general	Inglés
112	Padilla Mancilla José Manuel	Padillajose@manuel@yahoo.com	Guía general	Inglés
113	Víctor Miguel Delgadillo Mota	N/D	Guía general	Inglés
114	Aranda Morales José Abel	arquitecto.aranda@hotmail.com	Guía general	Inglés
115	Suárez García Héctor	kiwa-mito@hotmail.com	Guía general	Inglés
116	Reyes Herwig Véronica Raquel	vreyes_7@yahoo.com.mx	Guía general	Inglés
117	Ibarra Belmont Abraham	N/D	Guía general	Inglés

118	Vázquez Lara Cynthia Ypsamar	N/D	Guía general	Inglés
119	Correa Salgado Salvador	N/D	Guía general	Inglés
120	Ibarra Ibarra Cristian Michel	N/D	Guía general	Inglés
121	Navarro Flores Tomás	N/D	Guía general	Inglés
122	González Mondragón Paulina	N/D	Guía general	Inglés
123	Chavelas Durán Enrique	N/D	Guía general	Inglés
124	Vázquez Salcedo Marco Antonio	Tonyvazquez75@hotmail.com	Guía general	Inglés
125	Chevreuil González Gonzalo Ricardo	N/D	Guía general	Inglés
126	Martínez Saldaña Emmanuel	N/D	Guía general	Inglés
127	De Anda Ibarra Silviano de Jesús	N/D	Guía general	Inglés, fránces.
128	Alvarado Hernández Zenon Melquiades	N/D	Guía general	Inglés
129	Bernal Avalos Ernesto	N/D	Guía general	Inglés
130	Padilla Mancilla Joel	N/D	Guía general	Inglés
131	Ornelas López Arturo	Artuor@hotmail.com	Guía general	Inglés
132	Nazareth Gómez Marco Antonio	N/D	Guía general	Inglés
133	Cruz Castillo Linda Maribel	Cruzcastillo_linda@hotmail.com	Guía general	Inglés
134	Nuño Alemán Leonel Alejandro	Leonelguia@hotmail.com	Guía general	Inglés

135	Flores Carrillo Gilberto	Gilbertoflores7@hotmail.com	Guía general	Inglés
136	Gutiérrez López Luis	N/D	Guía general	Inglés
137	Mclane de Alba Alma Rosa	Mclane_alma@hotmail.com	Guía general	Inglés
138	Orozco Cerda Alcibiades	Alorozco2000@yahoo.com, Orozcoalan@hotmail.com	Guía general	Inglés
139	López Carrillo Baltazar	N/D	Guía general	Inglés
140	Quintero González Joel	N/D	Guía general	Inglés
141	Espinoza Trujillo Felipe de Jesús Bartolomé	N/D	Guía general	Inglés
142	Michel Ramos Sergio	Lizmichel21@hotmail.com	Guía general	Inglés
143	Zezatti Herrerías María Inés	N/D	Guía general	Inglés, aleman
144	Beets Vigil Karel Diego	Karel@ecotourisvallarta.com	Guía general	Inglés
145	Chavarría Hernández Severiano	N/D	Guía general	Inglés
146	Peña Salcedo Juan Jose	N/D	Guía general	Inglés
147	Romo Díaz Tiburcio Alberto	Alromo@gmail.com	Guía general	Inglés
148	Luna Zariñana Jorge Luis	Jorgeluna02@hotmail.com	Guía general	Inglés
149	De la mora Espinosa Carlos David	N/D	Guía general	Inglés
150	Covarrubias Ibarra José Raúl	Rauls.transportacion@hotmail.com	Guía general	Inglés
151	Van Dam Astrid	Astrid_van_dam@hotmail.com	Guía general	Inglés, español, holandes.

152	Díaz Vázquez Pedro	Info@divatours.com	Guía general	Inglés
153	Urrutia Gordían Gabino	N/D	Guía general	Inglés
154	Magos Franco Arturo Simón	N/D	Guía general	Inglés
155	Gutiérrez Escobedo Miguel Angel	N/D	Guía general	Inglés
156	Suárez García Gloria Natividad	N/D	Guía general	Inglés
157	Fay Johnson April	N/D	Guía general	Inglés
158	Fletes Sandoval Jesús Ivan	N/D	Guía general	Inglés
159	Chávez Ramos Yesica Estefany	Dj_yesica@hotmail.com	Guía general	Inglés
160	Peña Robles Ricardo Javier	N/D	Guía general	Inglés
161	Mancha Menchaca Jorge Rubén	N/D	Guía general	Inglés
162	Hernández Ramos Miguel Angel	N/D	Guía permanente	Ingles
163	López Díaz Héctor Manuel	Helodi@gmail.com	Guía permanente	Ingles
164	Ramírez Gallardo Hernán	N/D	Guía permanente	Ingles
165	Ruelas Ledezma Santiago	N/D	Guía permanente	Ingles
166	Peñaloza Cárdenas María Cirila	Maryvallartaa@hotmail.com	Guía permanente	Ingles
167	González Hernández Pedro	N/D	Guía permanente	Ingles
168	Mancha Lucio Oscar Manuel	N/D	Guía permanente	Ingles

169	Garibaldo Contreras Natalio	hatto_garibaldoco@hotmail.com	Guía permanente	Ingles
170	Cruz Verde Jesús	N/D	Guía permanente	Ingles
171	Ruíz Cruz Gustavo Javier	N/D	Guía permanente	Ingles
172	Quinteros Andrade Joel	N/D	Guía permanente	Ingles
173	Cruz Cota Alberto	N/D	Guía permanente	Ingles
174	López Peña Raúl	Raullopezguia@hotmail.com	Guía permanente	Ingles
175	Serrato Carrillo Luis	N/D	Guía permanente	Ingles
176	Amezcua López de Lara José	Joseinterprete50@yahoo.com	Guía permanente	Ingles
177	Almeida Cadena Raúl	N/D	Guía permanente	Ingles
178	López Pérez Adán	Guiadeturistas@hotmail.com	Guía permanente	Ingles
179	Duarte Pacheco Gaudencio	N/D	Guía permanente	Ingles
180	Almeida Cadena Héctor Javier	Almeidapv@prodigy.net.mx	Guía permanente	Ingles
181	Hoffmann Villarreal Ilse	ILSE40@HOTMAIL.COM	Guía permanente	Ingles
182	Enríquez Romero Jorge Elías	N/D	Guía permanente	Ingles
183	Alfaro Tamez Carlos Eduardo	Carlosalfaro@prodigy.net.mx	Guía permanente	Ingles
184	González Nuño Lino Gabriel	Linogarbiel@hotmail.com	Guía permanente	Ingles
185	Lamas Briseño José Luis	N/D	Guía permanente	Ingles

186	Lamas Briseño María Teresita	N/D	Guía permanente	Ingles
187	Trejo Rodríguez René	N/D	Guía permanente	Ingles
188	Rivera García Raúl	N/D	Guía permanente	Ingles
189	Vázquez Zavala Roberto Jesús	N/D	Guía permanente	Ingles
190	Chávez Mariscal Andrés	N/D	Guía permanente	Ingles
191	Lamas Briseño Francisco Javier	N/D	Guía permanente	Ingles

5. TRANSPORTACION TURISTICA

#	Nombre	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Flecha Amarilla	González Gallo 2700, Centro, 44100.Guadalajara, Jalisco Tel: 01 33 3657 1475	Transporte Foraneo	Flecha Amarilla es una empresa de transporte aliada al Grupo Plus. Se encuentra ubicada dentro de la Nueva Central de Camiones. Ceunta con 62 rutas dentro de ZMG
2	Primera Plus	Central de Autobuses de Guadalajara. Entronque	Transporte Foraneo	Es una empresa de transporte foraneo, que cuenta con 56 rutas en la ZMG

		Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 Tel: 01 800 375 75 87		
3	Rojo de los Altos	Central de Autobuses de Guadalajara. Entronque Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 Tel: (33) 3679 0449 /0425 /0426 /0485	Transporte Foraneo	Es una empresa de transporte foraneo que cuenta con 38 rutas en ZMG
4	Expreso Futura	Central de Autobuses de Guadalajara. Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 (33) 3679 0449 / 0425 / 0426 / 0469 http://www.estrellablanca.com.mx/	Transporte Foraneo	Autobuses Futura tiene como visión proporcionar servicios de calidad en transporte de personas, equipajes y envíos a nivel nacional e internacional, generando valor agregado para el cliente, y prosperidad a nuestra gente y a la sociedad, es tambien parte del grupo empresarial Estrella Blanca. Se encuentran dentro de la Nueva Central de Autobuses. Cuenta con 36 rutas en ZMG
5	Ómnibus de México	Central de Autobuses de Guadalajara. Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 01 800 765 6636	Transporte Foraneo	Es una empresa de transporte foraneo establecida en el año 1948. Cuenta con 36 rutas en la ZMG.
6	Senda	Central de Autobuses de Guadalajara. Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 01 800 890 9090	Transporte Foraneo	Empresa de transporte con mas de 83 años de experiencia, cuenta con 32 rutas en ZMG.
7	Enlaces Terrestres	Del Sol 25, Paseos del Sol, 45050 Zapopan, Jalisco	Transporte Foraneo	Empresa de transporte que ouenta con 30 rutas en ZMG.

	Nacionales (ETN)	01 33 3647 320		
8	Turistar	Del Sol 25, Paseos del Sol, 45050 Zapopan, Jalisco 01 33 3647 320	Transporte Foraneo	Empresa de transporte que cuenta con 27 rutas en ZMG. Uno de los principales untos es Barra de Navidad y Guadalajara.
9	Ömnibus de Oriente	Los Angeles 218, San Carlos, 44430 Guadalajara, Jalisco Tel: 01 33 3650 011	Transporte Foraneo	Saliende a bases que se encuentra ubicada en la Central Nueva, sus destinos principales son Queretaro, Celaya.
10	Autotransportes	Central de Autobuses de Guadalajara. Carretera Libre a Zapotlanejo s/n Tlaquepaque, Jalisco CP 44100 01 800 890 9090	Transporte Foraneo	Empresa de transporte foraneo que cuenta con 22 rutas en ZMG Entre sus principales destinos son: Sonora, Sinaloa, Tepic, Tijuana, Morelia y la Ciudad de Mexico..
11	Shuttle Xpress	Glorieta de la Minerva	Taxi	Vehiculo para 20 personas aproximadamente, que parte de la Glorieta Minerva y llega a la terminal terrestre del Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo.
12	ATASA	Carretera Guadalajara - Chapala Km. 17.5, 45659 Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco http://www.atasataxi.com/	Taxi	Ofrecer servicio de alta calidad, seguridad, puntualidad, honestaidad y confianza del transporte terrestre de pasajeros en el Aeropuerto de Guadalajara.
13	Autotransportes Chapala-Guadalajara.	Calle: Madero y M. Martinez No. S/N, Col. Centro Chapala, Jalisco CP: 45900 ANTIGUA CENTRAL CAMIONERA S/N Tel: 01 (33) 3619-5675/01 (33) 3619-3312.	Transporte Foraneo	Esta linea de autobuses hace un recorrido por los siguientes lugares: Ixtlahuacan de los Membrillos, Chapala, Cajititlan, Ajijic, Mezcala, Zapote (Aeropuerto), El Salto, Jocotepec, San Juan Cósala y Tobolandia.
14	Interjet	Plaza Los Arcos Local C1, Av. Vallarta 2440, col.	Transporte aéreo	Principales rutas: Bogotá, Guatemala, Las Vegas, Los Ángeles, Nueva York; Acapulco, Cancún, Guadalajara,

		Arcos Vallarta C.P. 44100		Huatulco, Los Cabos, Mazatlán, México D.F., Monterrey, Oaxaca, Tampico, Toluca, Veracruz.
15	Aeroméxico	Americas Av., # 1643, Colonia Providencia, Guadalajara, Jalisco. Niños Héroes Av. #3058, , Colonia Jardines de los Arcos, Guadalajara, Jalisco	Transporte aéreo	Principales Rutas: Cd. Obregón, Las Vegas, Los Ángeles, Cd. De México, Mérida, Monterrey, Ontario, Chicago, San Antonio.
16	Aeroméxico Connect	Americas Av., # 1643, Colonia Providencia, Guadalajara, Jalisco. Niños Héroes Av. #3058, , Colonia Jardines de los Arcos, Guadalajara, Jalisco	Transporte aéreo	Principales Rutas: Cd. Obregón, Las Vegas, Los Ángeles, Cd. De México, Mérida, Monterrey, Ontario, Chicago, San Antonio.
17	Magnicharters	Aeropuerto Guadalajara Carretera Guadalajara-Chapala km 17.5 Tlajomulco, Jalisco	Transporte aéreo	Principal Ruta: Cancún
18	Viva Aerobus	Aeropuerto Guadalajara Terminal 2 Carretera Guadalajara-Chapala km 17.5 Tlajomulco, Jalisco	Transporte aéreo	Principal Ruta: Cancún, Hermosillo, La Paz, Cd. De México, Monterrey, Veracruz.
19	Volaris	Aeropuerto Guadalajara Terminal 2 Carretera Guadalajara-Chapala km 17.5 Tlajomulco, Jalisco	Transporte aéreo	Principales Rutas: Cancún, Cd. De México, La Paz, Los Cabos, Mazatlán, Monterrey, Tijuana, Chicago, Denver, Las Vegas, Los Ángeles, Sn Diego, San Francisco.
20	American Airlines	Av. Vallarta no. 2440 L E, Col. Arcos Vallarta, Guadalajara, Jalisco. C.P. 4410	Transporte aéreo	Principales Rutas: Atlanta, San Diego, Nueva York, Londres, París
21	Alaska Airlines	Plaza Los Arcos Local C1, Av. Vallarta 2440,	Transporte aéreo	Principales Rutas: San Francisco, Nueva York, Nueva Orleans, Los Ángeles, Ontario, Cd. De México.

		col. Arcos Vallarta C.P. 44100		
22	Copa Airlines	AV Moctezuma N. 3515 Locales 8 e 9, Hotel Presidente Intercontinental Colonia Ciudad del Sol , Zapopan Jalisco México	Transporte aéreo	Principales Rutas: Aruba, Ascensión, Barranquillas, Bogota, Boston, Brazilia, Buenos Aires, Cancún, Lima, Nueva York, Toronto.
23	United Airlines	Plaza Los Arcos Local A13, Av. Vallarta 2440, col. Arcos Vallarta C.P. 44100	Transporte aéreo	Principales Rutas: Nueva York, Los Ángeles, Houston, San Francisco.
24	Delta Airlines	López Cotilla no. 1701, Col. Americana, Gauadalajara, Jalisco. C.P. 44140	Transporte aéreo	Principales Rutas: Atlanta Houston, San Francisco, Los Ángeles, Ontario

6. CASAS DE CAMBIO

#	Nombre	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Agencia Cambiaria New York	López Cotilla 165	Casa de cambio	Independiente
2	Agencia de Cambios Revolución	Av. Revolución @524 local 8, dentro de Wal-Mart	Casa de cambio	Independiente
3	Cambio Adelante	Av. 16 de Septiembre # 730	Casa de cambio	Independiente
4	Cambios Internacionales del Sol	Adolfo López Mateos #2375	Casa de cambio	Independiente
5	Cambios Moctezuma	López Cotilla #207	Casa de cambio	Independiente
6	Casa de Cambio Guadalajara	Tepeyac #824	Casa de cambio	Independiente

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

7	Casa de Cambio Roan	Naciones Unidas #5363	Casa de cambio	Independiente
8	Casa Monte Albán S.A de C.V	Calz. Independencia #500	Casa de cambio	Independiente
9	Centro Cambiario Asociados Av.	Río Nilo #1000	Casa de cambio	Sucursa
10	Centro Cambiario Avance Global en Divisas	Pablo Neruda #2911	Casa de cambio	Sucursal
11	Centro Cambiario Avance Global en Divisas	Pablo Neruda #2915	Casa de cambio	Sucursal
12	Centro Cambiario Centro Perla de Occidente S.A de C.V	López Cotilla #2112 A, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
13	Centro Cambiario Ciudad de los Niños	Santa Teresa de Jesús #815	Casa de cambio	Independiente
14	Centro Cambiario de Divisas Frebar	López Cotilla #130	Casa de cambio	Independiente
15	Centro Cambiario de Metales	Adolfo López Mateos #2375 Local – 58	Casa de cambio	Independiente
16	Centro Cambiario Disa	Santa Margarita #4750	Casa de cambio	Independiente
17	Centro Cambiario Dólar Milton	Ramón Corona #151	Casa de cambio	Sucursal
18	Centro Cambiario Dólar Milton	López Cotilla #249	Casa de cambio	Sucursal
19	Centro Cambiario El Centinela	López Cotilla #126	Casa de cambio	Independiente
20	Centro Cambiario Goya S.A de C.V	Manuel Acuña #2995 Local-A	Casa de cambio	Independiente

Destino: ***ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA***

21	Centro Cambiario Ix Empresarial	Terranova #407	Casa de cambio	Sucursal
22	Centro Cambiario Ix Empresarial	Terranova #1445	Casa de cambio	Sucursal
23	Centro Cambiario Krugerrand	López Cotilla #211 Local-3 A	Casa de cambio	Independiente
24	Centro Cambiario Laredo	López Cotilla #202	Casa de cambio	Independiente
25	Centro Cambiario Los Cuates S.A de C.V	Benito Juárez #148, Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
26	Centro Cambiario Money Ten	Santa Margarita 4750, Local 15.	Casa de cambio	Independiente
27	Centro Cambiario MPM S.A de C.V	Guadalupe #4720	Casa de cambio	Independiente
28	Centro Cambiario Mx	Av. México 2639 Local-8	Casa de cambio	Independiente
29	Centro Cambiario Pale	Tepeyac #4621	Casa de cambio	Independiente
30	Centro Cambiario Rehobot	Francisco I. Madero #51	Casa de cambio	Independiente
31	Centro Cambiario San Gabriel	Av. 8 de Julio #1896	Casa de cambio	Independiente
32	Centro Cambiario San Miguel de Zapotlanejo	Reforma #28	Casa de cambio	Independiente
33	Centro Cambiario Solodolar	López Cotilla #235	Casa de cambio	Independiente
34	Centro de Cambiario Megaultracambios	López Mateos #2288	Casa de cambio	Independiente
35	Consultoría Internacional Casa	Pablo Neruda #4341 Local-C Col. Juan Manuel Vallarta	Casa de cambio	Independiente

	de Cambio S.A de C.V			
36	Divisas San Jorge Casa de Cambio	Av. Américas # 1616 Local-L	Casa de cambio	Independiente
39	Doubling Centro Cambiario	Av. Patria #2610 Local-10, Col. Colli Urbano.	Casa de cambio	Independiente
40	Grupo Mugova S.A de C.V	Corona #151 Col. Centro	Casa de cambio	Independiente
41	Intercam Centro de Cambios	Rubén Darío #1109	Casa de cambio	Sucursal
42	Todolar	Vicente Guerrero #91	Casa de cambio	Independiente

7. COMPRAS (CENTROS COMERCIALES, CASAS DE ARTESANIAS)

#	Nombre	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Centro Magno Guadalajara	Av. Vallarta 2425 Col Arcos Vallarta CP 44140	Centro comercial	Centro de entretenimiento y comercial diseñado con una estrella en el piso de abajo de gran calidad visual.
2	Galería del Calzado	Av. México 3225 Col. Vallarta San Jorge CP 44690	Centro comercial	Especializado en posicionar un modelo de servicio, calidad y variedad en la fabricación, exhibición y comercialización de calzado actual y vanguardista.
3	La Gran Plaza Fashion Mall	Av. Vallarta 3959 Col. Don Bosco Vallarta CP 44540	Centro comercial	Centro comercial dedicado casi exclusivamente a la venta de productos de belleza, ropa y calzado.
4	Plaza Bonita	Av. México 3370 Col. Monráz CP 45120	Centro comercial	Pequeña superficie muy bien acondicionada.
5	Plaza Fiesta Arboledas	Av. Arboledas 2500 Col. Rincón de las Arboledas	Centro comercial	Plaza techada con luz natural, jardines, con una apariencia ecologista.
6	Plaza México	Av. México 3300 Col. Monraz	Centro comercial	Centro comercial techado. Ofrece facilidades para discapacitados.
7	Magno Centro Joyero	Paseo del Hospicio #22,	Centro comercial	Por sus instalaciones, concepto y

	San Juan de Dios	Col. San Juan de Dios		servicios es considerado el Número 1 de América Latina.
8	Plaza Independencia	Calzada Independencia Norte 3295 Col. Flores Magón	Centro comercial	Plaza comercial dedicada al entretenimiento y servicios públicos.
9	Plaza Lomas	Av. Rio Nilo 7540 Col. Villas de Oriente	Centro comercial	Espacio techado, estacionamiento con lugares para discapacitados.
10	Plaza Los Arcos	Av. Vallarta 2440 Col. Arcos Vallarta	Centro comercial	Centro comercial con facilidades para discapacitados.
11	Plaza Revolución	Av. Revolución 2286 Col. Lomas del Paradero	Centro comercial	Facilidades para discapacitados.
12	Plaza Terranova	Manuel Acuña 2929 Col. Providencia	Centro comercial	Techado, con facilidades para discapacitados.
13	Plaza Tolsá	Niños Héroes 1555 Col. Moderna	Centro comercial	Plaza techada.
14	Centro Joyero Tapatío	Domicilio: República #70 Plaza Tapatía. Guadalajara, Jalisco.	Centro comercial	Complejo de negocios sobre este rubro.
15	Plaza Las Torres	Domicilio: Av. 8 de Julio #1896, Colonia Fracc. 8 de Julio.	Centro comercial	Techado, con facilidades para discapacitados. Cuenta con salas de cine.
16	Plaza El Sauz	Domicilio: Av. Colón #4030, Colonia El Sauz.	Centro comercial	Techado, con facilidades para discapacitados.
17	Centro Joyero República	Domicilio: Av. República #20, Zona Centro	Centro comercial	Complejo de negocios sobre este rubro.
18	Plaza Alameda	Calzada Independencia Sur y López Cotilla No. 28, Centro	Centro comercial	Es el centro comercial más cercano al Centro Histórico. Ofrece área de comidas y un casino.
19	El Convento	Domicilio: Donato Guerra #25, Zona Centro	Centro comercial	Techado, con áreas comunes.

8. INSTALACIONES PARA CONGRESOS Y CONVENCIONES

#	Nombre	Dirección / Teléfono	Categoría	Observaciones
1	Expo Guadalajara	Av. Mariano Otero 1499 Col. Verde Valle	Centro de Exposiciones	2 grandes salones de 40,000 m2, uno de ellos divisible en 10 salones
2	Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara	Av. Guadalupe #5099 Colonia: Jardines de Guadalupe	Centro de Exposiciones	Asociación Civil sin fines de lucro, que promueve a Guadalajara nacional e internacionalmente, especialmente para el fomento del segmento de grupos (Convenciones, Congresos, Expos, Ferias y Grupos de Incentivos).
3	El Instituto Cabañas	Hospicio 8, Centro	Centro Cultural	Cuenta con 23 patios, 106 cuartos, 72 pasillos y 2 capillas que han sido sede de exposiciones de arte contemporáneo nacional e internacional y donde se realizan diversas exposiciones de pintura, escultura, fotografía, cinematografía, etc.

9. ESPARCIMIENTO (TEATROS, CINES, INSTALACIONES DEPORTIVAS, CENTROS DE ESPECTÁCULOS)

#	Nombre	Categoría	Dirección / Teléfono	Observaciones
1	Centro Cultural Dr. Jaime Torres Bodet	Teatro	Dirección: Av. España #2020 Colonia: Moderna	Con apoyo del Ayuntamiento presenta alrededor de 400 actos por año. Inaugurado como Galería Municipal de Arte en 1965-1967, se reinaugura en

				1991 en el marco del 449 aniversario de la ciudad. En su principal acceso se encuentra un busto de Don Jaime Torres Bodet.
2	Alarife Martin Casillas	Teatro	Dirección: Prolongación Alcalde #1351 Colonia: Unidad Flores	Capacidad para 593 personas.
3	Auditorio del Ángel	Teatro	Dirección: Av. López Mateos Sur #2077 Colonia: Plaza del Ángel	Obras para toda la familia.
4	Degollado	Teatro	Dirección: Belén Colonia: Centro Código Postal: 44100	Se colocó la primera piedra el 5 de marzo de 1856, inaugurándose en 1866 con la opera Lucía de Lamermoor y la actuación de Ángela Peralta en el papel principal. Estilo neoclásico. Capacidad para 1026 personas.
5	Diana	Teatro	Dirección: Av. 16 de Septiembre #710 Colonia: Zona Centro	Antiguamente "Cine Diana". Cuenta con 2,500 butacas, y facilidades para discapacitados y una galería
6	Experimental de Jalisco	Teatro	Dirección: Calzada Independencia Sur #S/N Colonia: Sector Reforma	Es el teatro sede de la compañía de la Universidad de Guadalajara, un grupo con una trayectoria artística de 25 años.
7	Guadalajara del I.M.S.S.	Teatro	Dirección: 16 de Septiembre #868 Colonia: Centro	Tiene una estructura contemporánea con enormes pilares y jardines.Uno de los teatros con mejor acústica y un aforo de 566 butacas cómodas.
8	Estudio Cavaret	Teatro	Dirección: Av. Parres Arias esq. Periférico Colonia: Núcleo Calle 2	Espacio para llevar a cabo conciertos, presentaciones de Teatro, espectáculos de Danza, Fiestas y Eventos Sociales. Con un cupo de entre 300 y 3,000 espectadores.
9	Galerías	Teatro	Dirección: Lapislázuli #3445 Colonia: Residencial	Inaugurado en agosto de 1991. Conciertos, festivales culturales, convenciones.

			Victoria	
10	Del Bosque	Cine	Av. López Mateos Sur #506, Colonia Chapalita	Cuenta con 2 Salas cinematográficas
11	Foro Universitario	Cine	Av. Juárez Piso -1 #975, Zona Centro	Exhibe cine alternativo.
12	Cabañas	Cine Teatro	Cabañas #8, Zona centro Guadalajara, Jalisco.	En esta pequeña sala se exhiben cintas seleccionadas de distintos países.
13	Cinepolis Centro Magno	Cine	Av. Vallarta #2425, Colonia Arcos Vallarta	14 salas de exhibición con capacidad de 137 a 329 personas cada sala.
14	Cinépolis Alameda Guadalajara	Cine	Calzada Independencia Sur No. 28, Interior local D1 Col.	Cuenta con varias salas.
15	Cinépolis Arboledas	Cine	Paseo De Las Arboledas No. 2500 Local 15 Zona H,	Diez salas con un cupo en de total 2,365 personas.Se encuentra en el interior de la Plaza Comercial Fiesta Arboledas.
16	Cinépolis Galerías	Cine	Rafael Sanzio No. 150 Centro Comercial Galerías	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial Galerías
17	Cinépolis La Gran Plaza	Cine	Av. Vallarta No. 3959 Col. Don Bosco	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial La Gran Plaza
18	Cinépolis Pabellón	Cine	Acueducto 2380 Rinconada del Arroyo.	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial Pabellón
19	Cinépolis VIP Andares	Cine	Av. Patria No. 2085 Col. Puerta de Hierro	Salas cinematográficas en el interior de la Plaza Comercial Andares
20	Cinépolis VIP Galerías	Cine	Rafael Sanzio # 150 Centro Comercial Galerías Guadalajara	Salas cinematográficas en el interior de la Plaza Comercial Galerías
21	Multicinemas Independencia	Cine	Calz. Independencia Nte. No. 3295	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial Independencia.
22	Cinemex Guadalajara	Cine	Plaza Lomas Río Nilo 7540 Fracc. Villas de Oriente	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial Plaza Lomas
23	Cinemex Sao Paulo Guadalajara	Cine	Avenida Américas #1501 Providencia. Guadalajara,	Salas cinematográficas independientes

			Jalisco.	
24	Xtreme La Normal	Cine	Av. Ávila Camacho No. 1275. Col. Alcalde Barranquitas.	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial La Normal
25	Cinemark	Cine	Avenida López Mateos #3333-B, Colonia Residencial Victoria	Complejo con 12 salas tipo estadio.
26	Cinépolis Ciudadela Lifestyle Center	Cine	Calle Labna No. 1437, Int. A Local 2 Col. Ciudad del Sol.	Salas de proyección en tercera dimensión y de trato preferencial.
27	Cinépolis Gran Terraza Belenes	Cine	Avenida Los Laureles No. 1300. Col. Parque Industrial	Salas cinematográficas en el interior del Centro Comercial.
28	Cinemex Cordilleras	Cine	Manuel J. Clouthier 888, Col Prados Tepeyac.	Salas cinematográficas en el interio del Centro Comercial
29	Cinemex Lumiere Zapopan.	Cine	Plaza Acueducto Av. Acueducto No. 6050, Col. Lomas del Bosque Zapopan	Salas cinematográficas independientes.
30	Cinépolis Fórum Tlaquepaque	Cine	Boulevard General Marcelino García Barragán No. 2077	Salas cinematográficas independientes
31	Cinépolis Plaza Chedraui Tlajomulco	Cine	Camino Unión Del Cuatro #101 Col. Unión Del Cuatro Tlajomulco	Salas cinematográficas en el interior de la Plaza Comercial Chedraui
32	Cinemex Las Plazas Outlet Guadalajara	Cine	Carretera Guadalajara a Morelia Km 12.5, Tlajomulco	Salas cinematográficas en el interior de la Plaza Comercial.
33	Cinépolis Plaza Río Nilo	Cine	Avenida Río Nilo No. 7377, Int. Cine Col. Lomas de la Soledad	Salas cinematográficas de la Plaza Comercial.
34	Centro Deportivo Nº6 "Plan de Ayala"	Instalación Deportiva	San Jacinto #505 Colonia: San Rafael	Cuenta con escuela de Atletismo, Natación, Voleibol, Softbol, BMX, Fútbol, así como 3 canchas de básquetbol y

				voleibol, 1 campo de fútbol, 1 alberca y 4 canchas de frontón.
35	Centro Deportivo Nº 37 "Ciudad Tucson"	Instalación Deportiva	Alfonso Cravioto #2280 Colonia: Jardines Alcalde	Cuenta con escuela de atletismo, baloncesto y fútbol, así como 2 canchas de fútbol rápido, 6 canchas de básquetbol y voleibol y una alberca.
36	Guadalajara Country Club A.C.	Instalación Deportiva	Mar Caribe #260 Col. Country Club	Cuenta con campo de Golf, casa club, plataforma de práctica con tres hoyos, alberca, canchas de tenis.
37	Monumental Estadio Jalisco	Instalación deportiva	Siete Colinas #1772, Colonia Independencia	En este sitio se realizan eventos masivos como conciertos, partidos de fútbol soccer y algunas actividades religiosas. Se inició su construcción en 1958 se inauguró el 31 enero de1960, el cupo es para 35,000 personas, los equipos fundadores son el Atlas, Guadalajara. Fue subsede de los Juegos Olímpicos del ´68, Mundial México ´70, Mundial Femenil ´71, Mundial Juvenil ´83, Mundial Fútbol ´86.
38	Estadio Tecnológico y Olímpico	Instalación deportiva	Av. Revolución #1500	Cuenta con gimnasio para 1,500 personas; capacidad para 1,000 gentes en butacas y 3,000 gentes en las graderías. Un campo de fútbol para 8,000 gentes. Baseball para 6,000 gentes. Alberca Olímpica techada con butacas para 800 gentes.
39	Plaza de Toros Nuevo Progreso	Instalación deportiva	Pirineos #1930, Colonia Independencia	Capacidad para 15,000 espectadores, tiene una altura de 25 metros con un ruedo de 46 metros entre barrera y barrera. En ella se presentan además diversos espectáculos artísticos.
40	Unidad López Mateos	Instalación deportiva	Av. Colón	Canchas de fútbol soccer, baloncesto, voleibol, stand para tiro de pistola de aire,

				pista de atletismo, velódromo con graderías para 2,500 personas, alberca, cancha de patinaje y campo de béisbol.
41	Unidad Revolución	Instalación deportiva	Av. Pablo Neruda #3232, Providencia	Cuenta con canchas de voleibol, voleibol playero, frontón de mano y raqueta, canchas de fútbol soccer, canchas de baloncesto y softbol; pista para atletismo con gradería para eventos internacionales, gimnasio de halterofilia, y estacionamiento para 30 vehículos.
42	CODE Jalisco	Instalación deportiva	Av. Prolongación Alcalde #1360 Colonia: Barranquitas	Instalaciones del Consejo Estatal para el Fomento Deportivo y el Apoyo a la Juventud (CODE JALISCO), entidad que rige la actividad deportiva en el estado de Jalisco.
43	Estadio Panamericano de Softbol	Instalación deportiva	Colón #2189 Colonia: Colón Industrial	De arquitectura moderna, tiene una capacidad de 798 espectadores.
44	Gimnasio de Usos Múltiples	Instalación deportiva	Pablo Neruda #3232 Colonia: Unidad Deportiva Revolución	De arquitectura moderna, ubicado en la Unidad Deportiva Revolución. Tiene capacidad para 856 espectadores.
45	Estadio Panamericano de Hockey	Instalación deportiva	Pablo Neruda #3232 Colonia: Unidad Deportiva Revolución	Tiene una capacidad para 1,870 espectadores. Funciona una escuela de hockey y sirve como lugar de entrenamiento para las selecciones estatales.
46	Estadio 3 de Marzo	Instalación deportiva	Av. Patria #1251, Colonia Lomas del Valle	Ubicado dentro de las instalaciones de la Universidad Autónoma de Guadalajara, con capacidad para 20,000 aficionados.
47	Club Deportivo de la Universidad de Guadalajara	Instalación deportiva	Carretera a Nogales Km. 24	Entre sus principales instalaciones destacan el hotel, el área de cabañas y el club deportivo.
48	Campo de Golf Residencial Rancho Contento	Instalación deportiva	Carretera Nogales k.m.15 Col. Rancho Contento, Zapopan, Jal.	No. de hoyos 9 con un par 35, Longitud 2,549 yardas para profesionales y 5,214 yardas para damas.

49	El Cielo Country Club	Instalación deportiva	Paseo del Palomar #437 Col. El Palomar, Zapopan, Jal.	Campo de Golf de montaña. Abierto desde 1997. No. de hoyos 18 con un par 72. Longitud 6,765 para profesionales y 4,690 para damas.
50	Club Atlas Colomos A.C.	Instalación deportiva	Paseo Atlas Colomos #2000 Colonia: Lomas del Bosque	Canchas de tenis, canchas de frontón, canchas de fútbol, alberca, chapoteadero, baños con sauna, y gimnasio.
51	Club Atlas Chapalita A.C.	Instalación deportiva	Copérnico #943 Colonia: Residencial Plaza Guadalupe	Áreas verdes, vestidores, alberca olímpica, canchas de tenis, gimnasio, cafetería, restaurante, y salón de eventos.
52	Centro Acuático Scotiabank	Instalación deportiva	Ecónomos #6600 Colonia: La Estancia	Cuenta con dos albercas de 50 mts., además de fosa de clavados con dimensiones para la práctica de nado sincronizado y polo acuático. Se imparten clases de natación.
53	Club Cinegético Jaliscience A.C.	Instalación deportiva	Carretera a Nogales Km. 17.5 Colonia: La Venta del Astillero	Cuenta con áreas para todas las modalidades de tiro, alberca semiolímpica, terraza y bar.
54	Unidad Valentín Gómez Farías	Instalación deportiva	Diego De Rivera	Cuenta con canchas de baloncesto, voleibol, fútbol de salón, áreas verdes, recreativas, sociales y culturales, además es sede de las fiestas de junio en Tlaquepaque.
55	Plaza De Toros El Centenario.	Instalación deportiva	Av. Herrera y Cairo #197	Sólo en temporada taurina. Se celebra en 1898 la primera corrida de toros en la plaza.
56	Foro de Halterofilia	Instalación deportiva	Marcelino García Barragán #1820 Colonia: Atlas	Capacidad para 984 personas, se inauguró el 12 de mayo del 2010. 32 plataformas de calentamiento para la prueba de levantamiento de pesas,

				además de área de masaje, jacuzzi y vestidores.
57	Polígono Panamericano de Tiro	Instalación deportiva	Marcelino García Barragán #1820 Colonia: Atlas	40 posiciones de "tiro de aire" de 10 m, con equipo electrónico en cada una de ellas. Altimetría: 1557 m.s.n.m
58	Velódromo Panamericano	Instalación deportiva	Marcelino García Barragán #1820 Colonia: Atlas	Escuela de ciclismo de pista y de atletismo bajo techo, tiene una capacidad de 1,984 espectadores y una altimetría: 1550 m.s.n.m.
59	Club de Golf Santa Anita	Instalación deportiva	Carr. Guadalajara - Morelia Km. 6.5 Col. Santa Anita	Diseño planeado y coordinado con desarrollo residencial. Abierto desde 1969.
60	Unidad Deportiva Ignacio Zaragoza	Instalación deportiva	Tecalitlán, #s/n, Colonia Jalisco	Fuente de sodas, sanitarios, 4 canchas de básquetbol, 1 fútbol soccer, 1 fútbol rápido, voleibol, graderías y juegos infantiles.
61	Unidad Deportiva Revolución Mexicana	Instalación deportiva	Av. Río Nilo #8116, Loma Dorada	Juegos infantiles, canchas de baloncesto, fútbol, frontón, voleibol, fútbol rápido, alberca caminata, graderías, fuente de sodas y sanitarios.
62	Atlas Country Club, A.C. (Campo de Golf)	Instalación deportiva	Carretera Chapala K.m. 6.5 Col. La Ermita	Abierto desde 1969.
63	Arena Coliseo	Centro de espectáculos	Medrano #67	Espectáculos de lucha libre y box, también se imparten clases de estas disciplinas.
64	Expo Guadalajara	Centro de espectáculos	Av. Mariano Otero #1499, Col. Verde Valle	Complejo diseñado para llevar a cabo exposiciones, convenciones, congresos y todo tipo de eventos.
65	Auditorio Benito Juárez	Centro de espectáculos	Av. Mariano Bárcenas #s/n, Colonia Auditorio	Sede de las Fiestas de Octubre, también se llevan a cabo exposiciones de arte, festivales, ferias de la calle, acontecimientos locales y conciertos masivos. En su interior se encuentra el

				domo principal con una superficie cubierta de 17, 136 m2, y capacidad para 13,000 personas aproximadamente entre la gradería y el ruedo. Cuenta con una explanada de 90 m. de ancho por 126 m. de largo.
66	Auditorio Telmex	Centro de espectáculos	Obreros de Cananea #747, Colonia Villa de los Belenes	Inaugurado el 1 de Septiembre del 2007, es considerado el más moderno y funcional de América Latina. Puede albergar desde 2 mil 700 hasta 11 mil 500 espectadores.
67	Calle 2	Centro de espectáculos	Av. Parres Arias y Periférico, Colonia Parque Industrial Belenes	Ofrece una plataforma cultural y de entretenimiento multifuncional donde proporciona áreas aptas para el desarrollo de la industria ferial, exposiciones, espectáculos, conciertos, eventos masivos, graduaciones, banquetes, posadas, convenciones y mucho más. Capacidad para 80,000 personas.
68	El Círculo Centro de Espectáculos	Centro de espectáculos	Av. López Mateos Sur #4527, Colonia Loma Bonita	Instalaciones con capacidad para 1,100 asistentes.
69	Mayan Bar Lounge	Centro de espectáculos	Hidalgo #17, en Tlaquepaque	Presentación de renombrados artistas.
70	Arena VFG	Centro de espectáculos	Carretera a Chapala Km. 20, Rancho Los 3 Potrillos	Se realizan conciertos musicales tanto de artistas nacionales como de talla internacional; eventos deportivos como box, ecuestres, motocross, lucha, etc., así como exposiciones y convenciones.
71	Río Nilo "Music Hall"	Centro de espectáculos	Av. Río Nilo #7377, Colonia Lomas de La Soledad	Capacidad para 35,000 personas. Forma parte de la empresa Acción Artística filial del Grupo Multimedios Estrellas de Oro.

OTROS RUBROS DE ESPARCIMIENTO.				
#	**Nombre**	**Dirección / Teléfono**	**Categoría**	**Observaciones**
1	Patín Biónico	Lázaro Cárdenas #3086, Colonia Jardines del Bosque	Pista de patinaje	Cuenta con clases de patinaje sobre ruedas y planeación de fiestas.
2	IceLand Pista de Hielo	Av. México #2582, Colonia Ladrón de Guevara	Pista de patinaje	Instructores para principiantes y cursos particulares. Capacidad para 2,000 personas.
3	Mundo Marino	Paseo del Zoológico #600, Zona Huentitán	Delfinario	El delfinario más moderno de Latinoamérica. Cuenta con programa terapéutico de “Nado con Delfines”.
4	Zoológico Guadalajara	Paseo del Zoológico #600, Colonia Huentitán el Alto	Zoológico	Entre los más grandes de América latina. Superficie de 40 hectáreas. Cuenta con 2,239 animales de 361 especies. Existe un mirador desde el cual se admira la Barranca de Huentitán.
5	Gokartmanía Guadalajara	Av. Manuel Ávila Camacho #2700, colonia Jardines del Country	Parque recreativo	Se creó con la finalidad de fomentar el deporte del automovilismo. Cuenta con servicios para discapacitados. Es para toda la familia.
6	Selva Mágica	Paseo del Zoológico, Colonia Panorámica Huentitán	Parque recreativo	Juegos mecánicos y de habilidad, además de una explanada al aire libre donde se efectúan espectáculos. Cuenta con 30 juegos mecánicos y 12 de destreza, 5 espectáculos en diferentes horarios.
7	Agua Caliente Parque Acuático	Km. 56 Carretera Guadalajara - Barra de Navidad, Municipio de	Balneario	Equipado con toboganes, alberca de olas, área infantil y aquatubos.

		Villa Corona		
8	Balneario Lindo Michoacán	Río La Barca #1614, Colonia Atlas	Balneario	Equipado con alberca olímpica, chapoteaderos (2), tobogán de lujo (1), acuatubo (1), lanchitas choconas, barrilocos, jardines, juegos infantiles, juegos mecánicos, brincolines, terrazas, antojitos, y agua caliente.
9	Chimulco Parque Acuático	Carretera Guadalajara-Barra de Navidad #Km 47, en Villa Corona, Jal.	Balneario	Equipado con bungalows, tráiler park, aguas termales (39 grados centígrados). 5 Albercas termales, 3 chapoteaderos, albercas familiares privadas, arboledas, 12 hectáreas de pasto, restaurante, terrazas, lago natural, rampa para lanchas, juegos infantiles, canchas deportivas, sección infantil acuática y toboganes gigantes.
10	Tobolandia Parque Acuático	Boulevard Ajijic #57, Colonia Fracc. La Floresta, en Ajijic	Balneario	Equipado con 6 toboganes gigantes, 12 toboganes infantiles, chapoteadero infantil, 2 albercas, 25 terrazas, explanada de eventos, área gastronómica con sombrillas, tiendas de souvenir, área privada para fiestas infantiles, estacionamiento, enfermería, canchas deportivas de fútbol, voleibol y baloncesto.
11	Disco Roller	López Mateos Sur #4537, Colonia La Calma	Pista de patinaje	Se practica patinaje sobre ruedas. Cuenta con fuente de sodas, Skate Park, área infantil, música ambiental, Roller Shop y estacionamiento.
12	Mundo Fantástico Guadalajara	Jalisco #45221, colonia La Venta Del Astillero	Parque extremo	A 30 minutos de Guadalajara, se puede practicar rappel, escalada, gotcha, campismo, pista comando, tiro al arco, caminata a campo traviesa y ciclismo de montaña, cuenta con área de snacks y

				regaderas.
13	Trepa	12 de Diciembre #3050, Colonia Chapalita	Parque extremo	Se puede practicar y aprender a escalar. Se imparten cursos para niveles básico, intermedio y avanzado.
14	Parque y Zoológico Villa Fantasía	Av. Aurelio Ortega #s/n, Colonia Seattle	Zoológico	Superficie de 15 mil metros cuadrados. Cuenta con diversas especies de animales y un foro donde se pueden realizar representaciones teatrales; zona para días de campo con troncos que forman un comedor, juegos infantiles rústicos, fuentes de sodas y un pequeño hospital.
15	Balneario Cañón de las Flores	Km. 20 Carretera Federal 15 Gdl-Tepic, Colonia La Primavera	Balneario	Cuenta con albercas termales, salvavidas, vestidores, regaderas, sanitarios, vigilancia, tobogán, cafetería, mesas para día de campo, asadores, juegos mecánicos infantiles, estacionamiento y canchas de voleibol.
16	Balneario La Gotera	Km. 20 carretera Guadalajara-Nogales	Balneario	Dentro del Bosque de la Primavera. Cuenta con servicios de alberca a temperatura ambiente, chapoteaderos y vestidores.
17	Balneario Las Tinajitas	Bosque de la Primavera km.20	Balneario	Con agua termal, zona arbolada, canchas de fútbol y voleibol, juegos infantiles, toro mecánico, pesca, vapor y extensas áreas verdes.
18	Balneario Los Camachos	Km. 17.5 Carretera a Saltillo	Balneario	Cuenta con terrazas arboladas con asadores, estacionamientos, antena parabólica, pantalla gigante (para fútbol y eventos especiales); 3 aquatubos (alta velocidad), zona Infantil acuática, 3 toboganes gigantes, juegos infantiles, fosa de clavados, trampolín de 3 mts., área de alimentos, tienda de souvenir y

				trajes de baño, 3 albercas con diferentes profundidades, 1 chapoteadero, 1 kamikaze, y servicio de camiones.
19	Ojo de Agua	Nicólas Bravo #69, Colonia Toluquilla	Balneario	Se encuentra dentro de la ciudad. Cuenta con albercas, chapoteaderos, área infantil, 2 toboganes, área de pic nic, asadores, terrazas con t.v. por cable , vestidores, guardacosas, minisuper, estacionamiento, enfermería y una tienda de souvenirs.
20	Balneario Rancho Alegre	Alberto Arámbula #54, Colonia San Sebastian el Grande, Tlajomulco	Balneario	Ambiente familiar. Cuenta con 7 chapoteaderos, albercas, área infantil, regaderas, vestidores, fuente de sodas y un amplio estacionamiento.
21	Nuevo Balneario Cajititlán	Carretera a Tlajomulco , Colonia Lagos de Cajititlán Tlajomulco	Balneario	Cuenta con albercas para niños, área infantil y de picnic, área para juegos en seco y otras diversiones.
22	Balneario Los Conejos	10 Km. del centro de Tonalá Tonalá	Balneario	Cuenta con varias albercas, zona para días de campo, juegos infantiles, servicios de regaderas, cocina económica, fuente de sodas y áreas verdes.
23	Agua Blanca Parque Acuatico	Carretera libre a Zapotlanejo Desviación al Salto Km 4 Independiencia #1510, El Salto	Balneario	Cuenta con instalaciones para celebrar fiestas.
24	Casino Veracruz	Manzano #486 a un costado del	Salón de baile	Música en vivo para bailar salsa, merengue o danzón.

		Hotel Carlton		
25	Bosse	Av. Patria #1600, Colonia Jardines Universidad	Discoteca	Música electrónica con ambiente juvenil
26	Blossom Trendy Club	Av. Patria #230 Col. Jardines de la paz	Discoteca	Música en vivo, House, Electrónica, Indie-Rock-Pop y Funk. Han tenido visitas de DJ´s y artistas.
27	Chalet Club Privado	Av. México #2742 Col. Vallarta Norte	Discoteca	Servicio de bar.
28	Chess Discotheque	López Mateos #527, Col. Jardines del Bosque	Discoteca	Capacidad para 1000 personas, decoración neoclásica y géneros musicales que van del pop a lo electrónico pasando por los clásicos.
29	La Galería Disco-Bar	Agustín Yañez #2331, Col. Arcos	Discoteca	Es una disco retro-contemporánea. La música es una mezcla de pop, electro y el top 40 de los 80's y 90's en español y en inglés, mezclada por su DJ residente y por otros DJ invitado, con combinación de algunas canciones tocadas en vivo por un grupo musical.
30	Mala Noche No!	Av. Patria #608, Col. Jardines de Guadalupe	Discoteca	Bar retro, con música de los 60´s 70´s, 80´s 90´s y piano en vivo.
31	El Callejón de Los Rumberos	Av. Chapultepec N° 287, Col. Americana.	Discoteca	Lugar con más de 5 años para bailar salsa.
32	Blackcherry Grand	Popocatepetl # 40 Col. Ciudad del Sol	Discoteca	Cuenta con la más alta tecnología en audio, iluminación y efectos.
33	La Oveja Negra	Av. Vallarta	Salón de baile	Lugar para bailar banda.

		#4454, Col. Don Bosco		
34	Billarte Chapultepec	Chapultepec Sur #21, Colonia Americana	Billar	Para todos los gustos musicales, cuenta con tres monitores y música ambiental. Cada tres meses exposiciones de pinturas y eventos privados.
35	Bolerama Tapatío	Francisco Javier Gamboa #274 Col. Arcos Sur	Boliche	Cuenta con 42 líneas en un sólo piso sin columnas, 12 mesas de billar.
36	Bol Guadalajara	Golfo de Cortés #2880 Col. Vallarta Norte	Boliche	Cuenta con 32 pistas, Restaurante, Zona VIP, Snackbowl, Chillout Lounge Bar & Café, Ambiente Extreme, Pantallas Gigantes, luz y sonido, Estacionamiento
37	Billar Rock	Dirección: López Mateos Sur 130-C, Col. Vallarta Poniente	Billar	Billar-Bar
38	Bolerama Tapatío La Calma	Av. López Mateos Sur #3351, Col. La Calma	Boliche	Cuenta con 24 líneas, mesas de billar, pool y carambola, con servicio de cafetería venta de cervezas y comida rápida, equipo manual y renta de Zapatos.
39	Bolerama Tapatío Patria	Novelistas #5032, Col. Jardines Vallarta	Boliche	En sus instalaciones tiene 22 mesas de boliche, área de snack, área de juegos de vídeo, 16 mesas de billar. Además cuenta con un salón de eventos para fiestas infantiles y premiación de boliche, con servicio de estacionamiento.
40	Barra de Piedra	Niños Héroes # 215 Col. Centro	Billar	
41	Bar “La Higuera”	Higuera No.17 Nte. - Centro	Bar / Billar	El bar cuenta con mesas de billar.

42	Billar Recreativo El Salto	Calle Gómez Farías 317, Potrero Nuevo.	Billar	Billar Recreativo.
43	Casino Winland Guadalajara	Av. López Mateos Sur #3700.	Casino	Cuenta con una sala de 800 máquinas tragamonedas de última generación y salas de bingo. Además ofrece una Sala VIP.
44	Casino Twin Lions	Av. México No. 3194, Col Monraz	Casino	Máquinas tragamonedas, servicio de alimentos y bebidas estacionamiento y seguridad.
45	Casino Emotion Plaza del Sol	Plaza Del Sol, Av. López Mateos Sur #2375, Fracc. Jardines Del Sol	Casino	VideoSlots (Reel, One Armed Bandit , Bingo Electrónico), eBook (apuestas deportivas), Snack Bar, Área para fumadores con extractores de aire y Valet Parking sin costo.
46	PlayCity Casino Guadalajara 'La Gran Plaza'	Av. Vallarta # 3959 Col. Don Bosco Vallarta	Casino	Cuenta con Restaurante, Estacionamiento, Seguridad y Valet Parking.
47	Play City Casino Guadalajara II (Andares)	Blvd. Puerta De Hierro, Esq. Av. Patria Col. Puerta De Hierro	Casino	Cuenta con Restaurante, Estacionamiento, Seguridad y Valet Parking.
48	PlayCity Casino Guadalajara III (Plaza Ciudadela)	Labná No. 1437 Av. Patria Esq. Moctezuma Col. Ciudad Del Sol	Casino	Cuenta con Restaurante, Estacionamiento, Seguridad y Valet Parking.

II. PRODUCTOS TURISTICOS

#	Nombre	Comercialización.	Categoría	Observaciones
1	Tapatío Tour	Comercializadora Independiente	Recorrido	Camión turístico que realiza 4 recorridos diferentes por la zona metropolitana de Guadalajara pasando por puntos de interés para los visitantes Recorridos: • Guadalajara • Tlaquepaque • Tonalá • Zapopan
2	Tranvía	Comercializadora: Tranvías turísticos de México	Recorrido	El tranvía realiza un trayecto de una hora con 15 minutos y recorre más de 30 puntos de interés en la ciudad. Comenzando de la plaza Guadalajara, frente a la presidencia municipal de Guadalajara. • La Catedral Metropolitana • Plaza de la Liberación • El Palacio Legislativo • El Mercado de San Juan de Dios • La Plaza de los Mariachis • El Museo Regional • Las Colonias Americana y Moderna • El Centro Magno • La Glorieta Minerva • Al Templo del Expiatorio • Plaza Universidad

3	Ruta del Tequila	GDL Tours http://www.gdltours.com/Ruta.Tequila.Tour/	Recorrido.	Conoce el origen del esta gran bebida nacional, explora sus fábricas, admira su paisaje agavero declarado pratimonio natural de la humanidad por la UNESCO. Recorrido turístico por los pueblos típicos de Amatitan, Arenal, Tequila Jalisco. Visita campos de agave y lugares que se han hecho famosos por todo el mundo, Pondrás en práctica tus habilidades como Jimador. Disfrutaremos de un bello recorrido por una fábrica de Tequila.
4	Tequila Express	http://www.tequilaexpress.com.mx/ Tel: 3880-9090 ext:2099, 2212, 2217, 2137	Recorrido Turistico	*Tequila Express, La Leyenda* es un recorrido turístico en tren que organiza y opera la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara. Fue creado en el año de 1997 con la finalildad de lograr 3 objetivos básicos:
5	Jose Cuervo Express	Av. Vallarta #5005, Residencial Chapalita, 45040,Guadalajara, Jalisco, México Tel: +52 (33) 36 21 02 93.	Recorrido Turistico	Recorre 60 Kms y no pierdas detalle del Paisaje Agavero, patrimonio de la humanidad, a bordo de nuestro exclusivo tren. Comparte con tu familia y amigos un día excepcional en "La Rojeña", la destilería más antigua de América Latina.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***Número del Indicador***			***Número de monumentos***	
Código de Indicador:	***OT2***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Registro Nacional de Turismo Otro:		

Destino:	**Zona Metropolitana de Guadalajara**				
Número del Indicador	***Nombre del Indicador***	***Código***	***Cuantitativa***	***Cualitativa***	***Datos***
	Oferta Turística				
1	Número de museos	OT1	X		34
2	Número de monumentos	OT2	X		176
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		17219
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		374
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		2
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		22574
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		17219
8	Afluencia de transporte local del destino	OT8		X	
9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	OT9		X	
10	Número total de rutas del destino turístico	OT10	X		2
11	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico	OT11	X		6
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		2
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		360
14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	OT14		X	
15	Declaratoria de zona de monumentos históricos	OT15	X		0
16	Gasto promedio de turistas	OT16	X		343.29
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		2.2 noches para nacionales, 2.6 noches para extranjeros
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		46
	Democratización de la Productividad Turística				
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		0.0444
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		N/D
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		52741
5	Tasa de desocupación	DP5	X		N/D
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		-1.30243
7	Índice de Marginación	DP7	X		-1.56206
8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	DP8		X	
9	Encadenamiento productivo del sector	DP9		X	
	Sustentabilidad turística				
1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	ST1		X	
2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales	ST2	X		36
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		0.927
4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	ST4		X	
5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	ST5		X	
6	Acciones de conservación del patrimonio	ST6	X		6
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		6
8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	ST8		X	
9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	ST9		X	
10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	ST10		X	
11	Manejo de Riesgo	ST11		X	
12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	ST12		X	
13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	ST13		X	
14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	ST14		X	
15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	ST15	X		1
16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles	ST16	X		0
17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X		0
18	Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce	ST18	X		N/D
19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe	ST19	X		0
20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	ST20		X	

21	Consumo de energía por cuarto	ST21		X	
	Formación y certificación				
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X		8.9
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X		222
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X		N/D
4	Planes de capacitación turística	FC4		X	
5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	FC5		X	
6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H	FC6	X		98
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X		0.14
8	Número de guías de turistas certificados	FC8	X		88
9	Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes	FC9		X	
10	Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes	FC10	X		8.2
	Accesibilidad e Infraestructura				
1	Conectividad aérea	AI1	X		1
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X		N/D
3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	AI3		X	
4	Calidad en el transporte local del destino	AI4		X	
5	Tarifas hoteleras	AI5	X		761.6
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6		X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X		N/D
8	Acceso a servicios básicos	AI8		X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X		1 millón 500 mil automóviles de transporte individual motorizado; 4 mil 700 vehículos de transorte colectivo y dos líneas de tren eléctrico urbano.
	Seguridad Patrimonial y Física				
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1		X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X		0.0118
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X		1 elemento por cada 675 habitantes.
4	Incidencia delictiva	SP4	X		0
5	Delitos a mano armada	SP5	X		591
6	Homicidios dolosos	SP6	X		616
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X		88
8	Delitos contra la salud	SP8	X		1626
9	Delitos no denunciados	SP9	X		N/D
10	Denuncias del fuero común	SP10	X		47377
11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles	SP11	X		N/D
12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial	SP12	X		N/D
13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	SP13	X		0.6283
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X		N/D
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X		52
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X		257
	Promoción y Comercialización				
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X		61.88% de los visitantes nacionales, y 21% del turismo extranjero.
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X		0.97
3	Diversificación en segmento de población	PC3		X	
4	Diversificación en segmento mercado	PC4		X	
5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares	PC5	X		1
6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).	PC6		X	
7	Diversificación en segmento de mercado geográfico	PC7			
8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	PC8		X	
9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	PC9		X	

10	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.	PC10	X		23
	Gestión del Destino				
1	Cuenta con Dirección de Turismo	GD1		X	
2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	GD2		X	
3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	GD3		X	
4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	GD4		X	
5	Programas y diagnósticos en materia turística	GD5		X	
6	Coordinación con organismos turísticos regionales	GD6		X	
7	Coordinación Institucional	GD7		X	
8	Normatividad Municipal	GD8		X	
9	Comités de turismo sustentable	GD9		X	
10	Percepción sobre el comercio ambulante	GD10		X	
11	Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	GD11		X	
12	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	GD12		X	
13	Sistema de Información Estadística del Turismo	GD13		X	
14	Nivel de Desarrollo turístico	GD14	X		N/D
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X		185845200
	TICs e información al turista				
1	Portal de internet del destino	TI1		X	
2	Información actualizada en el portal de internet del destino	TI2		X	
3	Acceso a internet en sitios públicos	TI3	X		127
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X		0
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X		N/D
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X		N/D
7	Líneas telefónicas	TI7	X		11
8	Teléfonos móviles	TI8	X		0.705
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X		N/D
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X		13
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11		X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***1*** ***Número de museos***
Código de Indicador: ***OT1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 34

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de museos que tiene el destino turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Cultural.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen un total de 34 museos de los cuales 21 se ubican en el municipio de Guadalajara, seis en Zapopan, dos en San Pedro Tlaquepaque, dos en Tonalá, dos en Tlajomulco de Zúñiga y uno en Juanacatlán.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Sistema de Información Cultural CONACULTA***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Registro Nacional de Turismo	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***2*** ***Número de monumentos***
Código de Indicador: ***OT2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	176

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de monumentos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Cultural.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los monumentos se encuentran repartidos en los muncipios que conforman la ZMG: 115 en Guadalajara, 19 en Zapopan, 15 en Tlaquepaque, 14 en Tlajomulco de Zúñiga, 8 en Tonalá y 5 en Ixtlahuacán de los Membrillos; destacando la Catedral de Guadalajara como referente de la ZMG y el Instituto Cultural Cabañas como Patrimonio de la Humanidad.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Guía Turística de la ZMG***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Registro Nacional de Turismo	
	Otro: Guía Turística de la ZMG	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***3***			***Número de restaurantes y bares***		
Código de Indicador: ***OT3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	17,219
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de restaurantes y bares que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta de Servicios Turísticos.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 17,219 establecimientos de alimentos y bebidas de los cuales:*** ***• 974 corresponden a restaurantes de servicio completo.*** ***• 15,662 corresponden a restaurantes de autoservicio, comida para llevar y similares.*** ***• 583 corresponden a centros nocturnos, bares, cantinas y similares.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)***				
Periodicidad de actualización:	***Semestral***				
Validación con:	INEGI	***X***			
	Registro Nacional de Turismo				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***4***		***Número de agencias de viajes***			
Código de Indicador:	***OT4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	374
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de agencias viaje que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta de Servicios Turísticos Complementarios.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG se localizan 374 agencias de viajes, distribuidas de la siguiente manera:*** ***• Dos establecimientos en el municipio de El Salto.*** ***• 246 establecimientos en el municipio de Guadalajara.*** ***• 16 establecimientos en el municipio de San Pedro Tlaquepaque.*** ***• Siete establecimientos en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• 12 establecimientos en el municipio de Tonalá.*** ***• 91 establecimientos en el municipio de Zapopan.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	X				
	Información de la Web					
Fuente:	***Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUE)***					
Periodicidad de actualización:	***Semestral***					
Validación con:	INEGI	***X***				
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***5*** ***Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino***
Código de Indicador: ***OT5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 2

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de zonas arqueológicas dentro del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un Indicador de Oferta Turística.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen dos sitios arqueológicos bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropoogía e Historia (INAH) y ambos se ubican en el municipio de Zapopan;*** ***a) El Ixtépete. Es una de las zonas arqueológicas más importantes del Occidente del país. Consta de cuando menos siete edificios superpuestos de características aztecas, cuyo basamento principal guarda semejanza con la Pirámide del Sol de Teotihuacán.*** ***b) El Grillo. Se conforma de siete montículos con una altura aproximada de siete metros. En esta zona se encontraron un número importante de tumbas de fosa rectangular que se fechan para el período 600 a 800 d.C.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***6***		***Número de cuartos de hotel***		
Código de Indicador:	***OT6***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	22,574	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de cuartos de hotel que se oferta en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta de Servicios de Hospedaje.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Para el 2012, en la ZMG se ofertaron 22 mil 574 cuartos de hotel, distribuidos en las siguientes categorías:*** ***• 4,542 unidades de categoría cinco estrellas y gran turismo.*** ***• 6,619 unidades de categoría cuatro estrellas.*** ***• 4,284 unidades de categoría tres estrellas.*** ***• 587 unidades de categoría dos estrellas.*** ***• 4,599 unidades sin categoría.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI	***X***			
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***7***	***Número de establecimientos de alimentos y bebidas***				
Código de Indicador:	***OT7***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)		Valor Observado:	17,219
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de establecimientos de alimentos y bebidas que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta de ServiciosTurísticos.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 17,219 establecimientos de alimentos de bebidas de los cuales:*** ***• 974 corresponden a restaurantes de servicio completo.*** ***• 15,662 corresponden a restaurantes de autoservicio, comida para llevar y similares.*** ***• 583 corresponden a centros nocturnos, bares, cantinas y similares.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	X				
	Información de la Web					
Fuente:	***Directonio Nacional de Unidades Económicas (DENUE)***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI	***X***				
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***8***	***Afluencia de transporte local del destino***			
Código de Indicador:	***OT8***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La afluencia de transporte local del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG cuenta con 284 rutas de transporte público y dos líneas de tren eléctrico urbano, conformado por 24 kilómetros de longitud y 29 estaciones. Además, existe una línea de macrobús, 15 alimentadoras y una línea de Pretren.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Secretaría de Movilidad de Jalisco.***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente.***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Movilidad de Jalisco.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***9***	***La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino***				
Código de Indicador: ***OT9***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Aunque la ZMG posee elementos atractivos y una variedad de servicios turísticos de todas las categorías, no es suficiente para que los turistas permanezcan mayor tiempo en ella. A medida que se implementen estrategias adecuadas, será posible no sólo atraer más tiempo a quienes ya conocen la ciudad sino a nuevos mercados, por lo que es necesario una gestión del destino más eficiente.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: SECTURJAL				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***10***	***Número total de rutas del destino turístico***				
Código de Indicador:	***OT10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número total de rutas en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística;***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen dos rutas culturales que comparten la misma temática religiosa:*** ***• La Ruta Franciscana de Tzapopan. Se desarrolla a lo largo del municipio de Zapopan; consta de once sitios históricos entre los que figuran: el Palacio Municipal, la Parroquia de San Pedro y las localidades de Santiago de Nextípac, Santa Ana Tepetitlán, San Juan de Ocotán, entre otros.*** ***• La Ruta Franciscana de Tlajomulco de Zúñiga. Se conforma por un conjunto de conventos, iglesias y hospitales de indios, como ejemplo de la arquitectura religioso-militar, y los centros históricos como parte de la arquitectura civil del periodo colonial del municipio de Tlajomulco de Zúñiga.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	X				
	Información de la Web	X				
Fuente:	*Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)*					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***11***	***Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico***				
Código de Indicador:	***OT11***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	6
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG cuenta con tres declaratorias de la UNESCO y tres declaratorias realizadas por el CONACULTA. Por un lado, el Instituto Cultural Cabañas obtuvo la denominación de Patrimonio Mundial de la Humanidad en el año de 1997. Además, en 2011 se le otorgó la denominación de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al "Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta"; y en 2007 se le denominó Memoria del Mundo a la Colección de Lenguas Indígenas. Cabe resaltar que estas tres declaratorias se otorgaron en el municipio de Guadalajara.*** ***Por su parte, los municipios de El Salto y Tlajomulco de Zúñiga poseen declaratorias de patrimonio ferrocarrilero, reconocidas por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos	X				
	Información Estatal	X				
	Información de la Web	X				
Fuente:	***Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***12***		***Total de rutas turísticas***			
Código de Indicador:	***OT12***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número total de rutas del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística;***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen dos rutas culturales que comparten la misma temática religiosa:*** ***• La Ruta Franciscana de Tzapopan. Se desarrolla a lo largo del municipio de Zapopan; consta de once sitios históricos entre los que figuran: el Palacio Municipal, la Parroquia de San Pedro y las localidades de Santiago de Nextípac, Santa Ana Tepetitlán, San Juan de Ocotán, entre otros.*** ***• La Ruta Franciscana de Tlajomulco de Zúñiga. Se conforma por un conjunto de conventos, iglesias y hospitales de indios, como ejemplo de la arquitectura religioso-militar, y los centros históricos como parte de la arquitectura civil del periodo colonial del municipio de Tlajomulco de Zúñiga.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	X				
	Información de la Web	X				
Fuente:	*Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)*					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)					

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***13*** ***Número de hoteles por categoría***
Código de Indicador: ***OT13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	360

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de hoteles por categoría en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta de Servicios de Hospedaje.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 360 establecimientos de hospedaje, de los cuales:*** ***• 35 establecimientos pertenecen a las categorías cinco estrellas y gran turismo.*** ***• 74 establecimientos pertenecen a la categoría cuatro estrellas.*** ***• 66 establecimientos pertenecen a la categoría tres estrellas.*** ***• 14 establecimientos pertenecen a la categoría dos estrellas.*** ***• 43 establecimientos pertenecen a la categoría una estrella.*** ***• 129 establecimientos sin categoría (albergues, bungalows, moteles, villas, etc.).***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***				
Indicador: ***14***			***Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.***	
Código de Indicador: ***OT14***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***La existencia de inventarios de atractivos y prestadores de servicios turísticos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:			***En la ZMG existe el inventario y catalogación del Patrimonio Cultural Urbano Arquitectónico. En cuanto a los prestadores de servicios turísticos, el destino cuenta con 3 inventarios relativos a agencias de viajes, establecimientos de alimentos y bebidas y hoteles.***	
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:			***Secretaría de Turismo de Jalisco (SETURJAL)***	
Periodicidad de actualización:			***Permanente***	
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SETURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***15***		***Declaratoria de zona de monumentos históricos***			
Código de Indicador:	***OT15***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0
¿Qué mide el indicador/variable?	***Las Declaratorias de Zonas de Monumentos Históricos que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Cultural.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG no existe alguna declaratoria de Zona de Monumentos Históricos reconocida por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos	X				
	Información Estatal					
	Información de la Web	X				
Fuente:	***Coordinación Nacional de Monumentos Históricos, INAH.***					
Periodicidad de actualización:	***Permanente***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: INAH					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***16*** ***Gasto promedio de turistas***
Código de Indicador: ***OT16***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	$343.29

¿Qué mide el indicador/variable?	***El gasto promedio de los turistas que visitan el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de la Demanda Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El gasto promedio de los turistas que visitaron la ZMG en 2011 equivale a $343.29 pesos diarios. De este total, el 23.91% se destina al hospedaje, el 19.9% a los alimentos, el 9.83% al transporte local; el 13.78% a diversiones, el 30.01% a las compras y el resto se le destina a otros segmentos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico 2011, SECTURJAL***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***17*** ***Estadía promedio de turistas (días)***
Código de Indicador: ***OT17***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 2.2 noches para nacionales, 2.6 noches para extranjeros

¿Qué mide el indicador/variable?	***La estancia promedio de los turistas que arriban al Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La estancia promedio de los turistas hospedados en la ZMG es de entre 2.2 noches para los nacionales y de 2.6 noches para los extranjeros.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***18*** ***Número de actividades de ocio disponibles***
Código de Indicador: ***OT18***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	46

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de establecimientos que ofrecen servicios de recreación y esparcimiento (parques, balnearios, campos de golf, unidades deportivas, etc.) en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Oferta Turística Complementaria.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 6 campos de golf establecidos en los municipios de El Salto, Guadalajara y Zapopan. Asimismo, existen 40 parques con instalaciones recreativas, entre los que se encuentran: balnearios, unidades deportivas, clubes sociales, parques temáticos, etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***1*** ***Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico***
Código de Indicador: ***DP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4.44%

¿Qué mide el indicador/variable?	***La tasa de crecimiento del empleo en el sector turismo en el periodo 2012-2013, dentro del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara; es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG, el número de trabajadores asegurados en los rubros de servicios de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas y servicios recreativos y de esparcimiento creció un 4.44% en el periodo comprendido de 2012 a 2013. Cabe mencionar que en el 2013, el empleo generado en el subsector de servicios de alojamiento temporal cayó un 2.75% con respecto al año anterior.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [X] Información de la Web [X]
Fuente:	***Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL)***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Sistema Estatal de Información (SEIJAL)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***2*** ***Nivel de bienestar (calidad de vida)***
Código de Indicador: ***DP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De manera general, las 8 localidades que conforman la ZMG poseen un Índice de Desarrollo Municipal alto, y presentan condiciones bajas de marginación y rezago social. Sin embargo, el 34% de la población de la Región Centro de Jalisco, en donde se concentran los municipios que integran la ZMG, vive en condiciones de vida plena (salud, educación, empleo, etc.) y aun así tiene una percepción negativa de su Índice de Bienestar Subjetivo-Felicidad (IBSF). Esto probablemente sea reflejo de los problemas de la agitada vida urbana, como mala movilidad, sentimiento de inseguridad, fuerte competencia entre individuos, entre otros.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	***"Bienestar Subjetivo y Desarrollo, Jalisco y sus regiones", Secretaría de Planeación Jalisco.***
Periodicidad de actualización:	***Permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Planeación Jalisco.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***3*** ***Salario promedio diario de cotización***
Código de Indicador: ***DP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***4*** ***Número de empleos (directos) en el sector turístico***
Código de Indicador: ***DP4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	52,741

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de trabajadores asegurados en el sector turismo del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Democratización de la Productividad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG se registran 52,741 trabajadores asegurados en los rubros de servicios de alojamiento, preparación de alimentos y bebidas, y servicios recreativos y de esparcimiento. Cabe resaltar que la mayor incidencia de empleos en estos rubros se registra en los municipios de Guadalajara y Zapopan, con poco más de 89% del total. Por su parte, el municipio de Juanacatlán participa apenas con el 0.01%, cuestión que refleja la escasa productividad del sector en esa localidad.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Sistema de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (SIEG)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***5*** ***Tasa de desocupación***
Código de Indicador: ***DP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***6*** ***Índice de Rezago Social***
Código de Indicador: ***DP6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	-1.30243

¿Qué mide el indicador/variable?	***El índice de Rezago Social en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, considera indicadores como la pobreza, la privación y carencia social y el bienestar económico.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El índice de Rezago Social promedio en la ZMG equivale a los -1.30243 puntos, es decir, muy bajo. En este sentido, el municipio más rezagado del destino es El Salto con -1.04048 puntos. Por su parte, Guadalajara es el municipio que presenta menor rezago social seguido de Zapopan con -1.56937 y -1.52703 respectivamente. El resto de los municipios que integran la ZMG se encuentran en condiciones similares y presentan un grado de rezago social muy bajo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Quinquenal***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***7*** ***Índice de Marginación***
Código de Indicador: ***DP7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	-1.56206

¿Qué mide el indicador/variable?	***El Índice de Marginación del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Desarrollo Social.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG el índice de marginación promedio equivale a los -1.56206 puntos, es decir muy bajo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Quinquenal***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***8*** ***Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM***
Código de Indicador: ***DP8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa ☐ Registros Administrativos ☐ Información Estatal ☐ Información de la Web ☐
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI ☐ Anuario Estadístico ☐ Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***9*** ***Encadenamiento productivo del sector***
Código de Indicador: ***DP9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***El encadenamiento productivo del sector en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de la Democratización de la Productividad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen encadenamientos productivos que el sector turístico genera en los subsectores de servicios personales, comercio y transporte, entre otros. En la ZMG se registran 52,741 trabajadores asegurados en los rubros de servicios de alojamiento, preparación de alimentos y bebidas, y servicios recreativos y de esparcimiento***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***			
Indicador:	***1***	***Tratamiento de aguas residuales y pluviales***		
Código de Indicador:	***ST1***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El tratamiento de aguas residuales y pluviales en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG, la infraestructura para saneamiento de aguas residuales cuenta con un túnel colector conocido como San Gaspar- San Juan de Dios. Tiene una longitud de 10 km. y un diámetro de 2.5 m. En cuanto al sistema de colectores, la infraestructura existente alcanza 159 km. de longitud; otro sistema de subcolectores apoya a la infraestructura de saneamiento con otros 152 km. de tuberías.Este sistema de colectores es confinado hacia diversas Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), entre las que se encuentran: Río Blanco, Juanacatlán, El Salto, y Atequiza. Así mismo, se pusieron en marcha dos grandes proyectos para tratar las aguas residuales que se vierten al río Santiago. Las PTAR Agua Prieta (Zapopan) y El Ahogado (El Salto y Tlajomulco de Zúñiga) han venido a mitigar el grave problema de contaminación; sin embargo, aún son insuficientes para tratar todas las aguas residuales, y mucho menos para sanear el río Santiago.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos	X		
	Información Estatal	X		
	Información de la Web	X		
Fuente:	***Comisión Estatal de Agua***			
Periodicidad de actualización:	***Trimestral***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico			
	Otro: Comisión Estatal del Agua.			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***					
Indicador: ***2***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales***				
Código de Indicador: ***ST2***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	36	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación a nivel municipal en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG cuenta con un total de 36 plantas de tratamiento de aguas residuales en operación, distribuidas de la siguiente manera:*** ***• 2 en el municipio de El Salto.*** ***• 2 en el municipio de Guadalajara.*** ***• 4 en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos.*** ***• 3 en el municipio de Juanacatlán.*** ***• 8 en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• 1 en Tonalá.*** ***• 16 en Zapopan.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Comisión Estatal del Agua de Jalisco (CEA)***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Comisión Estatal del Agua (CEA)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***3*** ***Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado***
Código de Indicador: ***ST3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 93%

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado en el destino turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG, el 92.7% de las casas habitación se encuentran conectadas a la red pública de drenaje. Destaca Guadalajara con el 99.4%, le sigue Zapopan con el 99%; Tlajomulco de Zúñiga con 98.9%, San Pedro Tlaquepaque con 98.6%; Tonalá con 98.2%; y finalmente El Salto y Juanacatlán con 96.7 y 97.5% respectivamente.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Consejo Estatal de Población (COEPO) 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***				
Indicador: ***4***			***Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos***	
Código de Indicador: ***ST4***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***La infraestructura y el equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:			***En la ZMG se generan 3,305 toneladas de residuos sólidos al día, cantidad que es recolectada por 522 vehículos. Estos residuos son transportados a cuatro plantas de tratamiento con una capacidad de 1,700 toneladas al día, pero en realidad reciben cantidades superiores. En estas plantas, los residuos se separan y se clasifican y los que tienen utilidad son recolectados por pepenadores; los residuos restantes son trasladados a uno de los tres Sitios de Disposición Final (SDF), de los cuales El SDF Los Laureles (Tonalá) cuenta con 25 años en operación , Hasar's (Tlaquepaque) con 60 años y Picachos (Zapopan) con un año.***	
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:			***Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco***	
Periodicidad de actualización:			***Sexenal***	
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:	 X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***5***	***Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)***			
Código de Indicador:	***ST5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Los programas en materia de educación ambiental dirigidos al sector privado en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Ambiental.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel Estatal se lleva a cabo el programa "Cumplimiento Ambiental Voluntario" que tiene como objetivo fomentar, inducir y concertar con los sectores productivos de Jalisco, a cumplir las obligaciones previstas en legislación ambiental estatal e incluso a asumir compromisos ambientales superiores, ello, previa concertación con los responsables de los establecimientos.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Gobierno del Estado de Jalisco***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Gobierno del Estado de Jalisco.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***6*** ***Acciones de conservación del patrimonio***
Código de Indicador: ***ST6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 6

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de acciones de conservación del patrimonio natural en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabiidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 6 decretos de Áreas Naturales Protegidas, éstas con el propósito de preservar los ecosistemas teniendo un aprovechamiento sustentable.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Planeación del Estado de Jalisco (SEPLAN)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Planeación del Estado de Jalisco (SEPLAN)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***7***	***Áreas naturales protegidas***			
Código de Indicador:	***ST7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	6	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de Áreas Naturales Protegidas que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 6 Áreas Naturales Protegidas y son:*** ***• El Bosque de la Primavera. Se clasifica como Área de Protección de Flora y Fauna, cubre una superficie aproximada de 30,500 ha. Abarca los municipios de Tala, Zapopan y Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• La Barranca del Río Santiago. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 17,729 ha. Se localiza en el municipio de Zapopan.*** ***• El Bosque de los Colomos. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 90 ha. Se localiza en el municipio de Guadalajara.*** ***• BENSEDI. Se clasifica como Área Municipal de Protección Hidrológica, cubre una superficie aproximada de 1,591 ha. Se localiza en el municipio de Zapopan.*** ***• La Barranca de Oblatos-Huentitán. Se clasifica como Zona Sujeta a Conservación Ecológica, cubre una superficie aproximada de 1,136 ha. Se localiza en el municipio de Guadalajara.*** ***• Cerro Viejo-Chupinaya-Los Sabinos. Se clasifica como Área Estatal de Protección Boscosa, cubre una superficie aproximada de 23,000 ha. Se localiza en los municipios de Chapala, Jocotepec, Ixtlahuacán de los Membrillos y Tlajomulco de Zúñiga.***				
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]				
Fuente:	***Secretaría de Planeación del Estado de Jalisco (SEPLAN)***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Planeación del Estado de Jalisco (SEPLAN)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***				
Indicador: ***8***			***Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado***	
Código de Indicador: ***ST8***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de un ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Ambiental.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El Ordenamiento Ecológico Territorial del Estado de Jalisco es un documento generado por parte del Consejo Técnico para el Ordenamiento Ecológico estatal, como un instrumento para facilitar la planeación, evaluación y seguimiento de los objetivos comprometidos. Por su parte, los ocho municipios que integran la ZMG cuentan con un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial decretado; además la ZMG cuenta con el "Plan de Ordenamiento de la Zona Conurbada de Guadalajara" y la "Declaratoria de reservas, usos y destinos de áreas y predios".***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal	X		
	Información de la Web	X		
Fuente:	***Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET).***			
Periodicidad de actualización:	***Permanente***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico			
	Otro: SEMADET			

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***9*** ***Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico***
Código de Indicador: ***ST9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de estudios de FONATUR para guiar el desarrollo del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El Programa de Desarrollo Turístico de la Ruta Ribera de Chapala y los municipios de Tonalá, Tlajomulco de Zúñiga y la Manzanilla de la Paz tiene como objetivo reactivar la actividad turística de la región, básandose en los mercados potenciales de la Ciudad de México y la ZMG.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***10*** ***Ordenamiento ecológico territorial decretado***
Código de Indicador: ***ST10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 9

¿Qué mide el indicador/variable?	***Los Programas de Ordenamiento Ecológico Territorial decretados en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, son indicadores de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG, ante el acelerado crecimiento del tejido urbano, se han tomado acciones para proteger el territorio que aún no experimenta actividades antrópicas excesivas. Por su parte, los ocho municipios que integran la ZMG cuentan con un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial decretado; además la ZMG cuenta con el "Plan de Ordenamiento de la Zona Conurbada de Guadalajara" y la "Declaratoria de reservas, usos y destinos de áreas y predios".***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***11*** ***Manejo de Riesgo***
Código de Indicador: ***ST11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de planes y programas para el manejo de riesgo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Ambiental.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal se cuenta con un Atlas de Peligros Geológicos, Hidrometeorológicos, Químicos, Sanitarios y Socioorganizativos. Por su parte, los 8 municipios que integran la ZMG cuentan con un Mapa de Riesgos elaborado por el Instituto de Información Territorial del Estado de Jalisco. Asimismo, el instituto genera el Mapa de Zonas de Inundación del Área Metropolitana de Guadalajara donde se emiten recomendaciones hechas por Protección Civil del estado.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***Instituto de Información Territorial del Estado de Jalisco.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente.***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Instituto de Información Territorial del Estado de Jalisco.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***12*** ***Programas y diagnósticos en materia turística municipal***
Código de Indicador: ***ST12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Los programas y diagnósticos en materia turístico en el Destino de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En 2013, ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo; sin embargo, los ejes de actuación en materia turística se incluyen en los Planes de Desarrollo Municipales, sobre todo en las estrategias de promoción y fomento económico. San Pedro Tlaquepaque, a través del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 contempla en el eje 4. Economía, turismo y competitividad, el impulso al desarrollo turístico a través de la promoción y la administración de dicha actividad. Por otro lado, mediante el Plan Municipal de Desarrollo Visión 2030 y el Plan de Gestión Institucional 2012-2015, Guadalajara promueve la reactivación económica e innovación productiva mediante la inversión en sectores estratégicos, entre ellos el turismo . Cabe resaltar que los planes de desarrollo de Guadalajara no emiten una línea de acción específica ni diagnostican la situación actual del turismo en el municipio.*** ***En el caso de El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos, Juanacatlán, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá, los planes de desarrollo municipal del periodo 2012-2015, aún no son presentados o no se encuentran disponibles para la consulta pública. En caso contrario, Zapopan posee un Plan de Desarrollo Municipal bien estructurado y con líneas de acción ejecutables a corto, mediano y largo plazo; sin embargo, este municipio no contempla al turismo dentro de sus ejes, a pesar de ser una actividad económica importante para el desarrollo local.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: H. Ayuntamientos Municipales.	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***13*** ***Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo***
Código de Indicador: ***ST13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de un sistema de indicadores que evalúen la sustentabilidad del turismo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG no existe un instrumento que evalúe la sustentabilidad del turismo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***14*** ***Planes y programas en materia de educación ambiental educativo***
Código de Indicador: ***ST14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de planes y programas en materia de educación ambiental en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal, la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrallo Territorial (SEMADET) gestiona diversos programas para fomentar la educación ambiental. Al respecto, sobresalen programas como "Certificación de escuela verde", "Todos por el Bosque" y "Red de educadores ambientales de Jalisco". A nivel local, las Direcciones de Medio Ambiente y Ecología de los municipios que integran la ZMG, realizan acciones que promueven el cuidado del entorno natural, entre ellos: programas educativos en centros escolares, mantenimiento de áreas verdes, aseo público, etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET); H. Ayuntamientos Municipales.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: SEMADET	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***15***	***Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos***			
Código de Indicador:	***ST15***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de establecimientos con certificado de Calidad Ambiental Turística para empresas, instalaciones y equipamientos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG solo cuenta con un certificado de calidad ambiental turística, éste esta en el rubro de infraestructura y lo tiene el Club de Golf Las Lomas ubicado en el municipio de Zapopan.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Consejo de Promoción Turística de México***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Turismo.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***16***	***Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles***			
Código de Indicador:	***ST16***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustentabilidad Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG cuenta con 357 hoteles según registros de INEGI y ninguno de estos cuenta con un certificado de calidad ambiental turística.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Secretaría de Turismo (SECTUR)***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Turismo (SECTUR)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***					
Indicador:	***17***		***Certificado Programa Playas Limpias***			
Código de Indicador:	***ST17***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0
¿Qué mide el indicador/variable?	***No aplica***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***No aplica***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:						
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***18*** ***Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce***
Código de Indicador: ***ST18***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***19***	***Número de establecimientos con Certificado Green Globe***			
Código de Indicador:	***ST19***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de establecimientos con Certificado Green Globe en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Sustetabilidad Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG no existe ningún establecimiento con certificado Green Globe.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Portal oficial de Earth Check.***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Earth Check.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***20*** ***Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental***
Código de Indicador: ***ST20***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***21*** ***Consumo de energía por cuarto***
Código de Indicador: ***ST21***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***1*** ***Grado promedio de escolaridad***
Código de Indicador: ***FC1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	8.9

¿Qué mide el indicador/variable?	***El grado promedio de escolaridad en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Formación de los Recursos Humanos.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El grado promedio de escolaridad de la población de 15 años o más en la ZMG equivale a 8.9 años, es decir segundo grado de educación secundaria. Cabe resaltar que Zapopan es el municipio cuyo grado de escolaridad equivale al valor más alto con 10.4 años en promedio. Por otro lado, El Salto es el municipio más rezagado en este rubro con 8 años promedio de escolaridad.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Censo de Población y Vivienda 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Quinquenal***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***2*** ***Recursos humanos calificados para atender el sector turismo***
Código de Indicador: ***FC2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	222

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de títulos y grados de educación superior turística expedidos por la Universidad de Guadalajara en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Formación y Certificación.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el 2012, el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, expidió 221 títulos para egresados de la Licenciatura en Turismo. Además, se otorgó un título de Técnico Superior Universitario en Gestión Hotelera.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:	***Universidad de Guadalajara***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Universidad de Guadalajara.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***3*** ***Porcentaje de personal del destino con educación turística***
Código de Indicador: ***FC3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Formación y Certificación***		
Indicador:	***4***	***Planes de capacitación turística***	
Código de Indicador:	***FC4***		
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de planes y programas de capacitación turística en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Formación y Certificación Turística.***		
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Entre los programas de capacitación se halla, el programa de certificación de competencia laboral para el sector turístico, mismo que evalúa y certifica las capacidades laborales para realizar un trabajo eficazmente y producir los resultados deseados por una organización, este proceso se realiza con base en lo que señalan las Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL). La SECTUR, a través de las instancias estatales ofrece cursos sobre Cultura Turística para personal de contacto, Distintivo H, Distintivo M y por medio del CONOCER oferta cursos formativos de competencia laboral para diversos puestos del servicio turístico.***		
Método de obtención:	Observación directa		
	Registros Administrativos		
	Información Estatal		
	Información de la Web	X	
Fuente:	***Secretaría de Turismo (SECTUR)***		
Periodicidad de actualización:	***Permanente***		
Validación con:	INEGI		
	Anuario Estadístico		
	Otro: Secretaría de Turismo (SECTUR)		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***			
Indicador: ***5***		***Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido***	
Código de Indicador: ***FC5***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?		***La calidad de los planes de estudios en turismo en el Destin Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Formación y Certificación.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Con base a un estudio de alcance nacional realizado por CESTUR, CONACYT y la Universidad Lasalle (2012), sobre las competencias que adquieren los estudiantes y egresados de las carreras de turismo, se estima que en Jalisco no existe una desviación o desalineación en las competencias y los programas de estudio, esto hace suponer que la currícula en turismo que imparten las instituciones educativas en relación a materias complementarias, están cumpliendo con las necesidades de las empresas. Aunque el estudio está segmentado por zonas y por lo tanto no se cuenta con los datos específicos de la ZMG, se estima que las condiciones en los lugares antes citados no son muy diferentes del panorama nacional.***	
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:		***CESTUR, CONACYT, Universidad Lasalle (2012). Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral***	
Periodicidad de actualización:		***Permanente***	
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro: CESTUR, CONACYT, Universidad Lasalle	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Formación y Certificación***				
Indicador:	***6***	***Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H***			
Código de Indicador:	***FC6***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	98	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de empresas con distintivo H que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Certificación Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el estado de Jalisco se contabiliza un total de 250 distintivos H, de los cuales el 39% se localizan en la ZMG, es decir, 98 establecimientos cuentan con dicho distintivo.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***7*** ***Porcentaje de empresas con distintivo M***
Código de Indicador: ***FC7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	14%

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de empresas con distintivo M que existen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Certificación Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Del total de establecimientos que cuentan con el Distintivo M en el estado de Jalisco, el 14% de éstos se localizan en la ZMG; es decir el destino turístico cuenta con 36 empresas con dicha certificación.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo (SECTUR)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***8*** ***Número de guías de turistas certificados***
Código de Indicador: ***FC8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 88

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de guías de turistas certificados que laboran en el destino turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Formación Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo con la Secretaría de Turismo de Jalisco, en la ZMG existen 88 guías certificados que ofrecen servicio de orientación turística. Cabe resaltar que estos guías otorgan servicios en diferentes idiomas y se especializan en temáticas culturales, ambientales y regionales.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	*Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)*	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Formación y Certificación***			
Indicador:	***9***	***Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes***		
Código de Indicador:	***FC9***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***La existencia de un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara.***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***A nivel federal, el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) genera un reporte que evalúa el Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que visita la ZMG. Asimismo, a nivel estatal la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) integra el Anuario Estadístico de Turismo en donde se califican los principales elementos que integran el destino turístico y la satisfacción que el turista tiene en torno a estos.***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal	X	
		Información de la Web		
Fuente:		***Anuario Estadístico SECTURJAL***		
Periodicidad de actualización:		***Permanente***		
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico	X	
		Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Formación y Certificación***					
Indicador: ***10***	***Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes***				
Código de Indicador: ***FC10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 8.2
¿Qué mide el indicador/variable?	***El Índice global de Satisfacción General del turista que visita el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El Índice Global de Satisfacción General del turista que visita la ZMG equivale a 8.2 puntos, es decir una experiencia de viaje satisfactoria. De acuerdo con CESTUR, en 2010 las calificaciones poco satisfactorias del destino se obtuvieron en las variables de limpieza en calles y áreas públicas y el servicio recibido por los elementos de seguridad. Por otro lado, la diversidad de atractivos y la hospitalidad de los residentes fueron los factores mejor evaluados por los visitantes que arribaron al destino.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) 2010***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Turismo (SECTUR)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***1*** ***Conectividad aérea***
Código de Indicador: ***AI1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de aeropuertos localizados en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Infraestructura Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG se localiza el Aeropuerto Internacional Miguel Hidalgo el cual, en el periodo de septiembre 2011-2012 movilizó un total de 7 millones 442 mil 124 pasajeros.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Grupo Aeropuertario de la Ciudad de México 2012.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Grupo Aeropuertario de la Ciudad de México 2012.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***2*** ***Existencia de servicios de apoyo al turista***
Código de Indicador: ***AI2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***					
Indicador: ***3***			***Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre del destino***		
Código de Indicador: ***AI3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***Las principales vías de comunicación terrestre del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Infraestructura Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Las principales vías de comunicación a la ZMG son la carretera federal 80, con entronque carretera México 54; la carretera federal 23, trayecto Zacatecas a Guadalajara; la carretera federal 15, trayecto Tepic a Guadalajara; la carretera federal 70, trayecto Ameca a Guadalajara; la carretera federal 80, trayecto Barra de Navidad a Guadalajara; la carretera federal 110, trayecto Colima a Guadalajara; la carretera federal 180, trayecto San Luis Potosí a Guadalajara, y la carretera federal 190, trayecto Irapuato a Guadalajara***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Secretaría de Movilidad Jalisco***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Movilidad Jalisco				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***4*** ***Calidad en el transporte local del destino***
Código de Indicador: ***AI4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La percepción sobre la calidad en el transporte local del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Accesibilidad e Infraetructura.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo con el Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos, la percepción sobre la calidad del transporte público en la ZMG para el 2012 presentó condiciones similares con respecto al año anterior. El 30% de la población encuestada opina que el transporte público empeoró, el 34% opina que sigue igual, y el resto mencionó que había mejorado. En cuanto a los modos de transportación, el camión siguió siendo el medio de transporte más utilizado, aunque el porcentaje de quienes responden así fue en descenso de 2011 a 2012, cuestión que puede estar relacionada con la mala calidad del transporte público local.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos
Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***5*** ***Tarifas hoteleras***
Código de Indicador: ***AI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	$761.60

¿Qué mide el indicador/variable?	***La tarifa hotelera promedio en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Infraestructura Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG la tarifa hotelera promedio equivale a $761.60 pesos. En este sentido, los hoteles de categoría 5 estrellas y Gran Turismo ofrecen una tarifa promedio de $1317 pesos, los de categoría 4 estrellas de $941 pesos; los de 3 estrellas de $740, los de 2 estrellas de $430 pesos y finalmente, los establecimientos de categoría una estrella de $380 pesos.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***6*** ***Reglamento de imagen urbana vigente***
Código de Indicador: ***AI6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de reglamentos de imagen urbana vigentes en los municipios que integran el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Gudalajara, es un indicador de Normatividad y Movilidad Urbana.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque e Ixtlahuacán de los Membrillos cuentan con un Reglamento de Imagen Urbana que tiene como objeto regular la fijación, instalación, conservación, ubicación y características, requisitos, colocación y distribución de anuncios en los sitios o lugares a los que tengan acceso el público o que sean visibles desde la vía pública. Por su parte, Zapopan y Tonalá disponen de reglamentos que tienen funciones similares, por ejemplo el Reglamento de Anuncios y el Reglamento de Construcciones y Desarrollo Urbano. Cabe mencionar que los municipios de El Salto y Juanacatlán no disponen de algún reglamento en materia de imagen urbana o afines.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanentes***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: H. Ayuntamientos Municipales.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***					
Indicador:	***7***	***Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados***				
Código de Indicador:	***AI7***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	N/D		
¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:						
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***8*** ***Acceso a servicios básicos***
Código de Indicador: ***AI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***El acceso a servicios básicos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Infraestructura.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En promedio, en la ZMG el 93.3% de las viviendas disponen de excusado o sanitario, el 90.3% cuenta agua entubada conectada a la red pública; el 92.6% de las viviendas disponen del servicio de drenaje y el 96.8% de energía eléctrica.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Consejo Estatal de Población (COEPO)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***9*** ***Flujo de Personas y Medios de Transporte***
Código de Indicador: ***AI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1 millón 500 mil automóviles de transporte individual motorizado; 4 mil 700 vehículos de transorte colectivo y dos líneas de tren eléctrico urbano.

¿Qué mide el indicador/variable?	***El flujo de personas y los medios de transporte que se contabilizan en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara es un indicador de Accesibilidad e Infraestructura.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG tiene registrado un parque vehicular de de 1 millón 500 mil de automóviles de transporte individual motorizado (automóvil, motocicleta y taxi). Además, se concentran 4 mil 700 vehículos de transporte colectivo, que realiza el 31% de los viajes diarios en el área. Por su parte, el uso del transporte individual (automóvil, motocicleta, taxi y bicicleta) corresponde al 32% de los viajes, y el 37% de los desplazamientos se realizan a pie. Además prestan servicio dos líneas de tren eléctrico urbano, conformado por 24 kilómetros de longitud y 29 estaciones.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [X]
Fuente:	***Banco de Desarrollo de América Latina (2011)***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Banco de Desarrollo de América Latina (2011)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***1*** ***Percepción del nivel de inseguridad***
Código de Indicador: ***SP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La percepción del nivel de seguridad entre la población del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo a la Segunda encuesta de Percepción Ciudadana sobre Calidad de Vida de 2012, publicada por el observatorio ciudadano Jalisco Cómo Vamos, se afirma que del año 2011 al 2012, la percepción sobre seguridad mejoró en un 5%, es decir alcanzó el 59%. Entre los municipios de la ZMG, Tlajomulco de Zúñiga y San Pedro Tlaquepaque fueron las localidades que mejoraron su percepción de seguridad de manera significativa. En lo que concierne al grado de temor y amenada, a encuesta ya mencionada reveló que los habitantes de Tlajomulco de Zúñiga son los que se sienten poco o nada amenazados, seguidos de Guadalajara y Tlaquepaque. En cuanto a los que se sienten desde algo a seriamente amenazados está, en primer lugar, el municipio de Zapopan y a continuación le siguen El Salto y Tonalá.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***2*** ***Porcentaje de delitos del fuero común en relación a la población***
Código de Indicador: ***SP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1.18%

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje promedio de delitos del fuero común en relación a la población total del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En promedio, por cada 100 habitantes de la ZMG se cometen 1.18 delitos del fuero común, entre los que se incluyen robos (en carreteras, casas, habitación, ganado, instituciones financieras, negocios, transeúntes, transportistas, vehículos y otros), delitos contra la integridad física (homicidio doloso, lesiones dolosas, violación y secuestro) y otros.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Tablero de Indicadores del Desarrollo de Jalisco***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***3*** ***Número de policías en relación a la población***
Código de Indicador: ***SP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 1 elemento por cada 675 habitantes.

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de elementos se seguridad de nivel operativo en relación a la población en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Al 2010, la ZMG contaba con 6,571 elementos de seguridad de nivel operativo, es decir, aquellos que realizan actividades directas tales como vigilancia, poner a disposición de las autoridades competentes a los aprehendidos por la comisión de delitos o faltas administrativas, así como auxiliar a las autoridades del ministerio público, judiciales o administrativas. En este sentido, la relación de policías con respecto a la población total equivale a 1 elemento por cada 675 habitantes.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico de Jalisco 2012.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador:	***4***			***Incidencia delictiva***	
Código de Indicador:	***SP4***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***5*** ***Delitos a mano armada***
Código de Indicador: ***SP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	591

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de sentenciados por delitos a mano armada en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Para el 2011, se sentenciaron 591 delitos con arma en la ZMG. El municipio más agravado por esta incidencia es Guadalajara con poco más del 45% del total de delitos a mano armada, le siguen Zapopan y San Pedro Tlaquepaque con el 26.9% y 15.23% respectivamente. Por su parte, los municipios de El Salto, Juanacatlán, Ixtlahuacán de los Membrillos, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá conformaron el 12.52% de las incidencias registradas en este rubro.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico de Jalisco 2012.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***6***		***Homicidios dolosos***			
Código de Indicador:	***SP6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	616
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de homicidios dolosos que se cometen en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Física.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el primer semestre del 2013 se han cometido 616 homicidios dolosos en la ZMG, distribuidos de la siguiente manera:*** ***-212 en el municipio de Guadalajara.*** ***-35 en el municipio de El Salto.*** ***-57 en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***-77 en el municipio San Pedro Tlaquepaque.*** ***-179 en el municipio de Zapopan.*** ***-43 en el municipio Tonalá.*** ***-13 en el municipio de Ixtlahuacán de Membrillos.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	X				
	Información de la Web					
Fuente:	***Instituto Jalisciense de Ciencias Forenses (IJCF)***					
Periodicidad de actualización:	***Semestral***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico	X				
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***7*** ***Delitos a las instituciones de banca y crédito***
Código de Indicador: ***SP7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	88

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de delitos a las instituciones de banca y crédito en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Hasta el 31 de Agosto de 2013, se han cometido 88 delitos contra instituciones bancarias en la ZMG, distribuidos de la siguiente forma:*** ***• 52 incidencias en el municipio de Guadalajara.*** ***• Una incidencia en el municipio de Juanacatlán.*** ***• Dos incidencias en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• Nueve incidencias en el municipio de San Pedro Tlaquepaque.*** ***• Siete incidencias en el municipio de Tonalá.*** ***• 17 incidencias en el municipio de Zapopan.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Unidad General de Asesores de Fiscalía Central, Fiscalía General del estado de Jalisco.***	
Periodicidad de actualización:	***Mensual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***8*** ***Delitos contra la salud***
Código de Indicador: ***SP8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	1626

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de sentenciados por delitos relacionados con narcóticos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el 2011, el número de sentenciados por delitos relacionados con narcóticos en la ZMG equivale a 1,626 incidencias. Cabe mencionar que Guadalajara y Zapopan son los municipios más afectados por este tipo de delitos con aproximadamente 75% del total de sentencias en la zona.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico de Jalisco 2012***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***9***		***Delitos no denunciados***			
Código de Indicador:	***SP9***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D
¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:						
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***10*** ***Denuncias del fuero común***
Código de Indicador: ***SP10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 47,377

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de denuncias del fuero común en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Física.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Al 31 de agosto de 2013 se han presentado 47,377 denuncias del fuero común (robos, delitos contra la integridad física y otros) en la ZMG. A continuación la incidencia delictiva en los ocho municipios que integran el destino:*** ***• 1,051 denuncias en el municipio de El Salto.*** ***• 21,235 denuncias en el municipio de Guadalajara.*** ***• 279 denuncias en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos.*** ***• 93 denuncias en el municipio de Juanacatlán.*** ***• 3,446 denuncias en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• 6,001 denuncias en el municipio de San Pedro Tlaquepaque.*** ***• 2,989 denuncias en el municipio de Tonalá.*** ***• 12,283 denuncias en el municipio de Zapopan.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Unidad General de Asesores del Fiscal Central. Fiscalía General del estado de Jalisco***
Periodicidad de actualización:	***Semestral y Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [X] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador:	***11***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles***			
Código de Indicador:	***SP11***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	N/D	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***				
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:				

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***12*** ***Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial***
Código de Indicador: ***SP12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador:	***13***	***Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)***			
Código de Indicador:	***SP13***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	62.83%	
¿Qué mide el indicador/variable?		***El porcentaje de residuos sólidos urbanos (RSU) generados en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara con respecto al Estado de Jalisco; es un indicador de Seguridad Patrimonial y Física.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***En la ZMG se produce el 62.83% del total de RSU generados en el estado. Cabe resaltar que sólo el municipio de Guadalajara participa con el 31% del total de RSU.***			
Método de obtención:		Observación directa			
		Registros Administrativos			
		Información Estatal	X		
		Información de la Web			
Fuente:		***Anuario Estadístico de Jalisco 2012.***			
Periodicidad de actualización:		***Anual***			
Validación con:		INEGI			
		Anuario Estadístico	X		
		Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***14*** ***Volumen reciclado de desechos***
Código de Indicador: ***SP14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***15*** ***Programas para el manejo de residuos peligrosos***
Código de Indicador: ***SP15***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 52

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de planes de manejo de los residuos peligrosos en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Física.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A mayo de 2012, la ZMG no contaba con algún plan de manejo municipal de residuos peligrosos. Sin embargo, existen 52 planes de manejo de grandes generadores implementados por el sector privado.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***16*** ***Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)***
Código de Indicador: ***SP16***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 257

¿Qué mide el indicador/variable?	***El númro de centros de cuidado de la Salud en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Seguridad Física.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 257 unidades médicas distribuidas de la siguiente forma:*** ***• 12 unidades en el municipio de El Salto.*** ***• 92 unidades en el municipio de Guadalajara.*** ***• 10 unidades en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos.*** ***• 2 unidades en el municipio de Juanacatlán.*** ***• 22 unidades en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.*** ***• 31 unidades en el municipio de San Pedro Tlaquepaque.*** ***• 22 unidades en el municipio de Tonalá.*** ***• 66 unidades en el municipio de Zapopan.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Censo de Población y Vivienda 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***1*** ***Porcentaje de visitantes y turistas que regresan***
Código de Indicador: ***PC1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 61.88% de los visitantes nacionales, y 21% del turismo extranjero.

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de visitantes y turistas que regresan al Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Del total de turistas nacionales considerados por el Anuario Estadístico 2011, el 26.10% ha visitado el destino de 2 a 3 veces, el 17.05% de 4 a 5 veces y el 18.73% 6 veces o más. En lo que refiere al turismo extranjero, el 11% ha visitado el destino de 2 a 3 veces, el 8% de 4 a 5 veces y sólo el 2% 6 veces o más.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico 2011, SECTURJAL.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***2*** ***Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino***
Código de Indicador: ***PC2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 97%

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de visitantes que recomiendan el Destino turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo a un cuestionario aplicado por el CESTUR a 800 visitantes que arribaron a la ZMG en 2010, el 97% de los turistas recomendarían el destino. De este porcentaje, el 74% afirma que definitamente recomendaría el destino, y el resto que probablemente sí lo haría.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR)***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Turismo (SECTUR)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***3*** ***Diversificación en segmento de población***
Código de Indicador: ***PC3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Las características demográficas de los visitantes que arriban al Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Del total de visitantes que arriban a la ZMG, el 54.3% son hombres y el 45.7% mujeres; 28% están entre los 26 y 35 años de edad y el 27.47% entre los 16 y 25 años; 54.46% están casados y 37.41% solteros; el 55.49% son profesionistas y el 18.42% cursan o tienen terminada la preparatoria.*** ***En lo que respecta a la forma de viaje el 49.54% lo hacen con la familia, el 20.82% solos y el 20.6% con amigos.*** ***En cuanto a la ocupación actual el 20.37% son profesionistas, 14.9% estudiantes, 14.8% empresarios y el 11.9% comerciantes.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico 2011, SECTURJAL***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***4*** ***Diversificación en segmento mercado***
Código de Indicador: ***PC4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***El motivo de viaje de los visitantes que arriban al Destino Turístico de la Zzona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el 2011, el 31.9% de los visitantes que arribaron a la ZMG señalaron el descanso o placer como la principal motivación de viaje; le siguen la visita a familiares y/o amigos con el 19% de los turistas; además de las actividades deportivas con el 16.36% y los negocios y compras con el 15.2%.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico 2011, SECTURJAL.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***5***	***Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares***				
Código de Indicador: ***PC5***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 1
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Promoción y Comercialización Turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La OFVC de Guadalajara es una asociación sin fines de lucro que ofrece a todo organizador de eventos un asesoramiento sobre las posibilidades y el potencial que posee la ZMG para convertirse en anfitriona.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara.***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***			
Indicador: ***6***	***Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).***		
Código de Indicador: ***PC6***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***El grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización de Productos Turísticos.***		
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo con un Estudio Estratégico de CESTUR, se determinó que en Guadalajara se concentra el 8% del total de oficinas de DMC's. De manera general, las DMC's que laboran en la ZMG proporcionan servicios profesionales para la organización de Ferias, Expos, Grupos de Incentivos, Congresos y Convenciones.***		
Método de obtención:	Observación directa		
	Registros Administrativos		
	Información Estatal	X	
	Información de la Web	X	
Fuente:	***Estudio Estratégico sobre las DMC's en México, CESTUR.***		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:	INEGI		
	Anuario Estadístico		
	Otro: CESTUR.		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***7*** ***Diversificación en segmento de mercado geográfico***
Código de Indicador: ***PC7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La diversificación en segmento de mercado geográfico en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En cuanto al mercado nacional, la ZMG fue visitada en 2012 por 9.26 millones de visitantes; destaca el Distrito Federal con 20.31%, el propio Estado de Jalisco con 16.97%, 11.29% del Estado de México, 4.10% y 4.00% de Sinaloa y Michoacán respectivamente. Respecto al mercado internacional que se registró durante 2012 en la ZMG, fue de 1.68 millones de visitantes, de los cuales el 59.80% son procedentes de los Estados Unidos, el 11.43% del Continente Europeo (incremento del 2.44% con respecto a 2011), el 10.70% de Sudamérica, 6.47% de Canadá que también presenta incremento de 1.99% respecto al año anterior; el 4.45% de los visitantes son procedentes del continente Asiático.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico 2012, SECTURJAL***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***8*** ***Alcance de las campañas y medios de promoción.***
Código de Indicador: ***PC8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	☐ ☐ ☐ ☐
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	☐ ☐

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***9*** ***Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.***
Código de Indicador: ***PC9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***El uso de la marca de ciudad patrimonio en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Comercialización Turística.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La ZMG no cuenta con el decreto Ciudad Patrimonio.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Secretaría de Turismo (SECTUR)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente.***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo (SECTUR)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***10***			***Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.***		
Código de Indicador: ***PC10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 23
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de operadoras turísticas que promocionen el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Promoción y Comercialización turística.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG existen 23 operadoras mayoristas que organizan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios de viaje que se venden en conjunto con las agencias minoristas.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Focus Group con académicos,empresarios y especialistas del sector turismo de la ZMG.***				
Periodicidad de actualización:	***No aplica***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***1*** ***Cuenta con Dirección de Turismo***
Código de Indicador: ***GD1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de una Dirección de Turismo en los municipios que conforman el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión Pública del Destino.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG sólo los municipios de Zapopan, Tonalá, Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga cuentan con una Dirección de Turismo. De manera contraria, las administraciones de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no cuentan con dicha dependencia y presentan un rezago significativo en materia de promoción y comercialización turística del municipio.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: H. Ayuntamientos Municipales.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***				
Indicador: ***2***	***Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios***			
Código de Indicador: ***GD2***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de coordinanción entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la gestión turística de la ZMG interviene el sector público en sus tres niveles de gobierno así como la iniciativa privada; sin embargo, la sociedad civil se encuentra rezagada y tiene escasa participación en dicha gestión. En este sentido, el Fideicomiso de Turismo de la ZMG es una de las organizaciones gestoras más importantes del destino. Está integrado por representantes de las Secretarías de Turismo estatal y federal, la Secretaría de Finanzas del estado y los gobiernos municipales de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan. Por su parte, la iniciativa privada participa a través de la Asociación de Hoteles y Moteles de Jalisco, la Asociación de Inversionistas y Empresas Turísticas y la CANACO.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal	X		
	Información de la Web	X		
Fuente:	***Gobierno del estado de Jalisco.***			
Periodicidad de actualización:	***Permanente.***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico			
	Otro: Gobierno del Estado de Jalisco.			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***				
Indicador: ***3***		***Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)***		
Código de Indicador: ***GD3***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( ) Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***El marco regulatorio estatal y su implicación en el desarrollo del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión Pública de Destino.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal, la Secretaría de Turismo de Jalisco (SETUJAL) es responsable de planear, promover y fomentar el desarrollo turístico en el estado. Por su parte, La Ley de Promoción Turística de Jalisco es la encargada de establecer las bases para fomentar el turismo nacional y extranjero que arriba al estado. Dicha iniciativa, a diferencia de decretos anteriores, convenios o planes institucionales, contempla propiciar la creación de instrumentos de financiamiento que permitan la modernización productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. Además, el presupuesto que se asigna a la actividad turística se sujeta a lo que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público del Estado de Jalisco.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal	X		
	Información de la Web			
Fuente:	***Gobierno del Estado de Jalisco.***			
Periodicidad de actualización:	***Permanente***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico			
	Otro: Gobierno del Estado de Jalisco.			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Gestión del Destino***			
Indicador:	***4***	***Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo***		
Código de Indicador:	***GD4***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***El marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión Pública del Destino.***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***De acuerdo a un análisis previo, se observa que las administraciones municipales de Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan cuentan con un Reglamento de Turismo particular. Por su parte, Guadalajara no posee un lineamiento específico que regularice la actividad turística municipal; sin embargo, formula estatutos relacionados con la cultura, las artes, el patrimonio edificado, la ecología, entre otros, que inciden en el turismo que se desarrolla a nivel local. Cabe resaltar que los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no emiten reglamentos vinculados al turismo, debido a su incipiente o nula participación en esta actividad económica.***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal	X	
		Información de la Web	X	
Fuente:		***H. Ayuntamientos Municipales.***		
Periodicidad de actualización:		***Permanente***		
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico		
		Otro: H. Ayuntamientos Municipales.		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***Gestión del Destino***			
Indicador:	***5***	***Programas y diagnósticos en materia turística***		
Código de Indicador:	***GD5***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Los programas y diagnósticos en materia turístico en el Destino de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En 2013, ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo; sin embargo, los ejes de actuación en materia turística se incluyen en los Planes de Desarrollo Municipales, sobre todo en las estrategias de promoción y fomento económico. San Pedro Tlaquepaque, a través del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 contempla en el eje 4. Economía, turismo y competitividad, el impulso al desarrollo turístico a través de la promoción y la administración de dicha actividad.*** ***Por otro lado, mediante el Plan Municipal de Desarrollo Visión 2030 y el Plan de Gestión Institucional 2012-2015, Guadalajara promueve la reactivación económica e innovación productiva mediante la inversión en sectores estratégicos, entre ellos el turismo . Cabe resaltar que los planes de desarrollo de Guadalajara no emiten una línea de acción específica ni diagnostican la situación actual del turismo en el municipio.*** ***En el caso de El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos, Juanacatlán, Tlajomulco de Zúñiga y Tonalá, los planes de desarrollo municipal del periodo 2012-2015, aún no son presentados o no se encuentran disponibles para la consulta pública. En caso contrario, Zapopan posee un Plan de Desarrollo Municipal bien estructurado y con líneas de acción ejecutables a corto, mediano y largo plazo; sin embargo, este municipio no contempla al turismo dentro de sus ejes, a pesar de ser una actividad económica importante para el desarrollo local.***			
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal	X	
		Información de la Web		
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales***			
Periodicidad de actualización:	***Permanente***			
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico		
		Otro: H. Ayuntamientos Municipales		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***6*** ***Coordinación con organismos turísticos regionales***
Código de Indicador: ***GD6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La coordinación con organismos turísticos regionales en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel federal, la Secretaría de Turismo (SECTUR) gestiona programas de desarrollo turístico para la promoción de productos en colaboración con algunos estados de la República Mexicana. Sin embargo, no existe algún programa regional de esta índole que se implemente en la ZMG.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Secretaría de Turismo (SECTUR)***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***7*** ***Coordinación Institucional***
Código de Indicador: ***GD7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La coordinación institucional para fomendar el desarrollo del turismo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión Pública del Destino.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Para el año 2013, a través del subsidio denominado Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística, se invertirá una suma total de 86 millones de pesos, aportados en partes iguales por el Gobierno Federal y el Gobierno del Estado de Jalisco que servirá para ejecutar diversas acciones de mejora urbana, equipamiento, capacitación, diagnósticos de competitividad y sustentabilidad en los municipios que conforman la ZMG. A través de este financiamiento, la ZMG se verá beneficiada con más de 40 millones de pesos destinados a la señalización turística.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***8*** ***Normatividad Municipal***
Código de Indicador: ***GD8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?

La normatividad municipal en materia turística en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.

Detalles y Comentarios del Indicador:

De acuerdo a un análisis previo, se observa que las administraciones municipales de Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan cuentan con un Reglamento de Turismo particular que tiene como objeto, entre otras cosas, la generación de proyectos y programas para la conservación, mejoramiento, protección, promoción, progreso y aprovechamiento de los recursos y activos turísticos.
Por su parte, Guadalajara no posee un lineamiento específico que regularice la actividad turística municipal; sin embargo, formula estatutos relacionados con la cultura, las artes, el patrimonio edificado, la ecología, entre otros, que inciden en el turismo que se desarrolla a nivel local. Cabe resaltar que los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no emiten reglamentos vinculados al turismo, debido a su incipiente o nula participación en esta actividad económica. Otra de las funciones principales de las dependencias de turismo local, es alinear sus planes de desarrollo en base a las políticas dictadas desde el ámbito federal, específicamente a la PNT. En 2013, ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo; sin embargo, los ejes de actuación en materia turística se incluyen en los Planes de Desarrollo Municipales, sobre todo en las estrategias de promoción y fomento económico.

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales.***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: H. Ayuntamientos Municipales	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***9*** ***Comités de turismo sustentable***
Código de Indicador: ***GD9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de Comités de Turismo Sustentable en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG no existe un Comité de Turismo Sustentable.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales y Gobierno del Estado de Jalisco.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: H. Ayuntamientos Municipales y Gobierno del Estado de Jalisco.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***10*** ***Percepción sobre el comercio ambulante***
Código de Indicador: ***GD10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La percepción sobre el comercio ambulante en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal, Jalisco cuenta con un Reglamento para el Comercio Informal que busca regular esta actividad económica que tiene fuerte incidencia en los principales puntos turísticos de la ZMG.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Gobierno del Estado de Jalisco.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Diario Oficial de la Federación.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***11*** ***Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil***
Código de Indicador: ***GD11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***El involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara (CANACO), es una de las asociaciones más importantes de impulso y fomento al turismo en la ciudad. Agrupa y organiza el gremio empresarial que se concentra en la ZMG mediante estatus de acción, cuyo objetivo es promover a sus afiliados a través de eventos nacionales e internacionales. Por su parte, el proyecto Guadalajara 2020 nace de una asociación (apartidista) formada por un grupo de ciudadanos, académicos y empresarios, que genera conciencia cívica, proyectos público-privados y une las voluntades de todos los actores de la sociedad tapatía, para la construcción de un entorno metropolitano más armónico, sostenible, ordenado y disfrutable.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [X]
Fuente:	***Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara y Guadalajara 2020.***
Periodicidad de actualización:	***Permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara y Guadalajara 2020.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***12*** ***Participación de la sociedad en los eventos turísticos***
Código de Indicador: ***GD12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Información no disponible.***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Información no disponible.***

Método de obtención:	Observación directa	X
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***13*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo***
Código de Indicador: ***GD13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de un Sistema de Información Estadística del Turismo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Gestión del Destino.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal, la Secretaria de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) es la encargada de generar el Anuario Estadístico de Turismo. En este documento se compila información correspondiente a los principales destinos turísticos de Jalisco y se abordan diversas variables entre ellas: los segmentos de mercado, el gasto promedio por turista, la oferta hotelera, la afluencia de visitantes, la oferta de servicios de transporte, etc.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Anuario Estadístico SECTURJAL***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico	X			
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***14*** ***Nivel de Desarrollo turístico***
Código de Indicador: ***GD14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***15*** ***Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal***
Código de Indicador: ***GD15***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: $185,845,200

¿Qué mide el indicador/variable?	***El presupuesto público estatal destinado al desarrollo y fomento del turismo en Jalisco, es un indicador de Gestión del Destino.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Para el 2013, el Gobierno del estado asignó un presupuesto inicial de casi 186 millones de pesos al segmento de desarrollo y fomento al turismo, lo que representa apenas el 0.23% del presupuesto público total asignado para este periodo.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [X] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas del Estado de Jalisco***
Periodicidad de actualización:	***Anual***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas del Estado de Jalisco.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***1*** ***Portal de internet del destino***
Código de Indicador: ***TI1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de un portal de internet del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador del manejo de las Tecnologías de la Información.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De manera general, el H. Ayuntamiento de Guadalajara cuenta con un portal de turismo específico www.viveguadalajara.gob.mx, que ofrece un inventario de atractivos y actividades, así como una guía de servicios turísticos relativos la ZMG en su totalidad. Asimismo, los municipios de Zapopan, Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga realizan la promoción del destino a través de las páginas oficiales de sus adminsitraciones. Cabe resaltar que Juanacatlán, El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos y Tonalá no poseen algún portal o sitio con vocación turística, y su promoción se realiza a través de la página www.visita.jalisco.gob.mx.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales y Gobierno del Estado de Jalisco.***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: H. Ayuntamientos Municipales y Gobierno del Estado de Jalisco.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***3*** ***Acceso a internet en sitios públicos***
Código de Indicador: ***TI3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 127

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de sitios públicos con acceso a internet en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Tecnologías de la Información.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la ZMG, sólo el municipio de Guadalajara tiene un programa de acceso a internet en espacios públicos denominado "GDL Libre". El programa cubre un total de 127 puntos en distintas zonas como el Centro Histórico, Paseo Chapultepec, plazas públicas, jardines, glorietas, Los Arcos y centros deportivos; algunos de estos son sitios frecuentados por los turistas.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***H. Ayuntamiento de Guadalajara***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***			
Indicador: ***2***		***Información actualizada en el portal de internet del destino***	
Código de Indicador: ***TI2***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?		***La información actuaizada en el portal de internet del Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Tecnologías de la Información e Información al Turista.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:		***A nivel estatal, el portal de internet www.visita.jalisco.gob.mx presenta un inventario de atractivos de los principales puntos turísticos de Jalisco. Además, ofrece un listado de servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, agencias de viaje, transporte, oficinas turísticas, etc. De manera similar, el portal oficial de Guadalajara expone los atractivos turísticos más representativos de la ZMG así como una guía de servicios de apoyo al turista.***	
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:		***Portal oficial de turismo de Jalisco; Portal oficial de turismo de Guadalajara.***	
Periodicidad de actualización:		***Permanente***	
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro: Portal oficial de turismo de Jalisco; Portal oficial de turismo de Guadalajara.	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***					
Indicador: ***4***	***Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés***				
Código de Indicador: ***TI4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de aplicaciones turísticas para móviles en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Tecnologías de la Información e Información al turista.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el Destino Turístico de la ZMG no cuenta con aplicaciones turísticas oficiales para móviles.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***5*** ***Indicadores de localización del destino***
Código de Indicador: ***TI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***TICs e Información al turista***					
Indicador:	***6***	***Hits de visitas al portal del destino***				
Código de Indicador:	***TI6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	N/D		
¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***					
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]					
Fuente:						
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***					
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***7*** ***Líneas telefónicas***
Código de Indicador: ***TI7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	11

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de líneas telefónicas de atención al visitante en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Información al Turista.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Todos los municipios que integran la ZMG cuentan con líneas telefónicas de atención al visitante. En el caso de Guadalajara, Zapopan, Tonalá, San Pedro Tlaquepaque y Tlajomulco de Zúñiga, las direcciones de turismo municipales se encargan de ofrecer este servicio de orientarión turística. Por otro lado, los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos cuentan con líneas telefónicas atendidas por la Casa de la Cultura de cada localidad.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [X]
Fuente:	***Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)***
Periodicidad de actualización:	***Permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL)

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***8*** ***Teléfonos móviles***
Código de Indicador: ***TI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 70.50%

¿Qué mide el indicador/variable?	***El uso de la telefonía móvil en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Tecnologías de la Información.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los datos reflejan que la tecnología con mayor porcentaje de penetración en los hogares de la ZMG es el teléfono celular con un promedio de uso del 70.5% . De manera particular, el uso del teléfono móvil se presenta en un 78.4% en el Salto, 82% en Guadalajara, 85.8% en Tlajomulco de Zúñiga, 80.1% en Tlaquepaque, 81.2 % en Tonalá y 86% en Zapopan.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Censo de Población y Vivienda 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Quinquenal***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***9*** ***Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico***
Código de Indicador: ***TI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: N/D

¿Qué mide el indicador/variable?	***Información no disponible.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Información no disponible.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [ ] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor:	***TICs e Información al turista***				
Indicador:	***10***	***Existencias de puntos de información turística***			
Código de Indicador:	***TI10***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	13	
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de módulos de información turística en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Información al Visitante.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tonalá y San Pedro Tlaquepaque se concentran los 13 módulos de información turística que posee la ZMG. Los principales puntos se ubican en el Centro Histórico de Guadalajara, específicamente en Plaza Guadalajara, Plaza Tapatía, Plaza Liberación y la Explanada del Instituto Cultural Cabañas.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web	X			
Fuente:	***H. Ayuntamientos Municipales.***				
Periodicidad de actualización:	***Permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: H. Ayuntamientos Municipales.				

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***11*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo***
Código de Indicador: ***TI11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de un Sistema de Información Estadística del Turismo en el Destino Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara, es un indicador de Tecnologías de la Información.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A nivel estatal, la Secretaria de Turismo de Jalisco (SECTURJAL) es la encargada de generar el Anuario Estadístico de Turismo. En este documento se compila información correspondiente a los principales destinos turísticos de Jalisco y se abordan diversas variables entre ellas: los segmentos de mercado, el gasto promedio por turista, la oferta hotelera, la afluencia de visitantes, la oferta de servicios de transporte, etc.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	
Fuente:	***Anuario Estadístico SECTURJAL.***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	X
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

FICHAS DESCRIPTIVAS DE LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS POR CAPÍTULO DEL DIAGNÓSTICO DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Octubre 2013

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Aspectos culturales.

Escasa recepción de turistas (locales, turistas nacionales y extranjeros) en los museos de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

CAUSAS:

No existe una cantidad significativa de obras de arte de calidad que sean atractivas para los turistas.

Escasa exposición de la obra de artistas reconocidos a nivel nacional e internacional.

EFECTOS:

No hay calidad en los atractivos culturales que conforman la oferta turística, además de ser poco diversificada.

Los pocos visitantes son en su mayoría locales.

Poco aprovechamiento turístico de los museos y espacios dedicados a actividades artísticas.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Aspectos naturales.

Falta de aprovechamiento del potencial del patrimonio natural de la ZMG para uso recreativo y turístico.

CAUSAS:

No existe una puesta en valor de algunos recursos endógenos y sitios naturales con potencial turístico (e.g.: Barranca del Río Santiago, Bosque La Primavera, BENSEDI, Cerro Viejo, entre otros).

El valor ecológico, recreativo y paisajístico de algunos áreas naturales es poco conocido por la población y por los visitantes.

EFECTOS:

La oferta turística es limitada. Los turistas no cuentan con opciones diversas de atractivos en la ZMG.

No existen nuevos productos turísticos relacionados con el patrimonio natural, desde una perspectiva del desarrollo sustentable, que influya en el desarrollo local de los municipios que conforman la ZMG.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

PROBLEMÁTICA: Sector turístico.
Escasa integración a nivel intermunicipal para reforzar la práctica turística en la ZMG.

CAUSAS:
Ausencia de un marco institucional vinculante entre los municipios que integran la ZMG

Falta de una planeación coordinada por parte de los actores locales, como son las autoridades locales y el sector empresarial, de la ZMG.

Desconocimiento de los recursos y potencialidades turísticos tanto para consolidar como crear productos turísticos.

EFECTOS:
Dispersión de esfuerzos y de recursos económicos (e.g. campañas publicitarias).

Se carece de productos turísticos que sean identificados con base en una idea de metrópoli.

Actividad de bajo impacto económico y social.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

PROBLEMÁTICA: Ocupación hotelera.

La corta estancia promedio de los turistas hospedados en la Zona Metropolitana de Guadalajara, (2.2 noches para turistas nacionales y de 2.6 para turistas extranjeros).

CAUSAS:

No se aprovecha el arribo de los visitantes de la ZMG por motivos de negocios para extender su período de estancia.

La ZMG, como destino turístico, no ofrece actividades diversas y para distintos perfiles de turistas con el fin de alargar su estancia.

EFECTOS:

Bajo incremento en la ocupación hotelera, 1.2% en el 2013, con respecto al año anterior.

No existe suficiente demanda de servicios de hospedaje (ocupación hotelera por debajo del 48%, lugar 26 a nivel nacional).

La oferta supera a la demanda de hospedaje.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

PROBLEMÁTICA: Servicios turísticos.
Concentración de la oferta de servicios turísticos en los municipios de Guadalajara y Zapopan.

CAUSAS:
Mala planeación, gestión, coordinación y articulación entre las políticas públicas y privadas en materia turística.

Falta de consolidación entre los órganos administrativos municipales para establecer incentivos que tangan como finalidad, desarrollar una cobertura de servicios turísticos y servicios complementarios en toda la Zona Metropolitana de Guadalajara.

EFECTOS:
La oferta de servicios turísticos es de poca cobertura territorial o de distribución deficiente entre los municipios que componen la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Además, la oferta está desarticulada, por lo que el turista no encuentra en la mayoría de los casos motivos para salir y conocer más allá del Centro Histórico de Guadalajara.

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECNÓMICO

PROBLEMÁTICA: Marginación y desigualdad.
Existencia de áreas marginadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara, esto es, población que carece de elementos y servicios básicos (alimentación, salud, educación, vivienda, empleo, etc.).

CAUSAS:
Distribución desigual de los servicios básicos en la población de la ZMG.

No existe igualdad de oportunidades en el acceso a la educación (el 2.2 % de la población entre 8 y 14 años es analfabeta en la ZMG) y a otros servicios para el bienestar social.

EFECTOS:
Desigualdad entre los municipios que conforman la ZMG (El Salto, con 48% de población en pobreza y Guadalajara y Zapopan, con un 23%).

Desigualdad al interior de los municipios, hay marginación de algunas colonias en condiciones de pobreza, en contraparte, se encuentran aquellas habitadas por gente con un alto poder adquisitivo.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO.

3. PERFIL SOCIOECNÓMICO

PROBLEMÁTICA: Pobreza alimentaria.

Existe un porcentaje significativo de pobreza alimentaria en la ZMG (Guadalajara con un 14% y Tlaquepaque con un 28%).

CAUSAS:

La falta de oportunidades en los empleos, así como la carencia de beneficios sociales que permitan a la población capacitarse y lograr las condiciones requeridas para satisfacer sus necesidades básicas.

EFECTOS:

El fenómeno de la pobreza afecta a un sector importante de la población.

Falta de competitividad, dado que ésta depende, entre otros aspectos, del bienestar de la población, es decir, que el destino cuente con los recursos suficientes para satisfacer las necesidades básicas de la población.

Mala imagen urbana del destino debido a la falta de calidad de vida de los habitantes.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

PROBLEMÁTICA: Instituciones educativas.
Las instituciones educativas no diagnostican la situación de la formación de los recursos humanos y las necesidades del mercado laboral para estructurar la oferta formativa

CAUSAS:
Si bien existen instituciones educativas públicas y privadas que ofrecen programas académicos de nivel técnico y superior, hay limitaciones de formación que impiden que los recursos humanos detonen la competitividad del destino.

Los centros educativos no proporcionan una formación creativa e innovadora que exige la competencia turística nacional e internacional.

EFECTOS:
Recursos humanos con deficiencias en las competencias laborales necesarias para desempeñar con éxito los puestos que ofrecen las empresas turísticas del destino.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

PROBLEMÁTICA: Instituciones educativas.
Las instituciones educativas y su oferta de programas educativos no cumplen con las expectativas de los empleadores (servicios turísticos).

CAUSAS:
Los egresados tienen un bajo nivel en las competencias relacionadas con la operación técnica de las empresas.

Las instituciones educativas sólo hacen "lo necesario" en cuanto al desarrollo de capacidades profesionales de los estudiantes.

EFECTOS:
El grado de satisfacción de la experiencia turística por parte del cliente se ve mermado.

Las instituciones educativas no satisfacen las necesidades en cuanto a profesionistas con estudios de calidad, que demanda de la industria turística en la práctica laboral.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

PROBLEMÁTICA: Formación y capacitación.
No existe una coordinación adecuada entre el sector privado, los centros de enseñanza y el gobierno, respecto a las estrategias y acciones destinadas a la formación y capacitación del personal que labora en el sector turismo.

CAUSAS:
Falta de consensos de los actores involucrados en el sector turístico, con el objetivo de generar programas de formación de personal.

No se visualiza la importancia de la capacitación de los recursos humanos.

Desinterés generalizado de personas y empresas por buscar y recibir capacitación profesional especializada en las actividades que desempeñan dentro de la actividad turística.

EFECTOS:
Bajo perfil profesional de los recursos humanos que atienden las necesidades de los turistas en el destino.

Percepción de los turistas sobre las deficiencias del destino.

Ausencia de programas de capacitación y certificación acordes a la magnitud de las empresas turísticas de la región.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

PROBLEMÁTICA: Egresados.

Los egresados de las instituciones educativas no cuentan con las competencias fundamentales para desarrollarse en la empresa turística, y otras veces, los puestos tienen un nivel más bajo de su formación profesional.

CAUSAS:

Las instituciones educativas involucradas en la formación profesional de los recursos humanos calificados para atender el turismo, están logrando sólo "lo necesario" en cuanto a la adquisición de competencias consideradas fundamentales para que las empresas del sector sean competitivas en el mercado.

No existe una vinculación efectiva entre el sector privado y los centros educativos para integrar los alumnos a la empresa desde la etapa de formación profesional.

EFECTOS:

Desprestigio de los estudios debido a que no permiten la integración laboral en un grado adecuado a las expectativas del egresado.

Insatisfacción de los egresados en sus puestos de trabajo, así como de los prestadores de servicios turísticos por la formación académica de baja calidad de sus empleados.

El incremento anual de profesionistas egresados supera las tasas de crecimiento de la oferta de puestos de trabajo.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO.

4. EL FACTOR HUMANO EN EL SECTOR TURISMO

PROBLEMÁTICA: Certificaciones.
Bajo número de empresas turísticas certificadas y con personal capacitado.

CAUSAS:
Cultura empresarial deficiente sobre la formación y capacitación profesional del recurso humano.

Falta de incentivos para obtener la certificación.

Desconocimiento de las ventajas de una certificación de calidad, esto es, que les sirva para tener un mejor desempeño en el mercado y así diferenciarse de los competidores.

EFECTOS:
Deficiente nivel de calidad en los diferentes servicios que ofrece el destino turístico a sus visitantes.

Mala percepción de los visitantes de la ZMG.

No se está logrando que los establecimientos ofrezcan servicios turísticos de calidad y esto no les permite competir a un mejor nivel.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5.MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Gobernanza.
Deficiente gobernanza del sector turismo en sus tres niveles: federal, estatal y municipal.

CAUSAS:
Las autoridades del sector turístico en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, no trabajan de manera conjunta en la promoción y comercialización del destino, gestión de nuevos productos, atracciones turísticas e infraestructura de apoyo al sector.

Bajo presupuesto estatal (Jalisco) y federal asignado al desarrollo y fomento al turismo (menos del 1% en ambos casos).

Carencias significativas en la gestión que encabeza la dependencia responsable del turismo nacional, esto es, la Secretaría de Turismo (SECTUR).

EFECTOS:
Acciones y estrategias desarticuladas en el sector turismo.

Modelo tradicional de organización y operación turística a nivel institucional.

Rezago del sector público.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Gestión pública.

Deficiencia en la gestión pública del turismo en los municipios que integran la Zona Metropolitana de Guadalajara.

CAUSAS:

Ningún municipio de la ZMG cuenta con un programa sectorial de turismo actualizado.

La mayoría de los municipios no incluye al turismo en sus respectivos Planes de Desarrollo Municipal y sólo algunos tienen un Reglamento de Turismo Municipal.

Participación inactiva de los gobiernos locales en la gestión turística.

Los gobiernos locales se limitan a las relaciones públicas, a facilitar y dar apoyo para eventos y algunos esquemas aislados de promoción.

EFECTOS:

Acciones insuficientes que promuevan el desarrollo local a través de la actividad turística.

Carencia en herramientas para enfrentar los desafíos que enfrenta el turismo en la actualidad.

Estancamiento en agrupaciones sociales que pretenden reactivar la actividad turística.

Falta de promoción cultural y aprovechamiento de los recursos naturales en las afueras de la ciudad.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Coordinación de actores.

Falta de articulación y coordinación entre las autoridades estatales, municipales y la Oficina de Visitantes y Convenciones (OVC) de Guadalajara para la promoción y comercialización turística del destino.

CAUSAS:

Múltiples actores del sector turístico (público, privado y social) que promueven y comercializan el destino de manera desvinculada.

Deficiencia en la formación profesional en comercio electrónico, nuevos sistemas de ventas y planificación de marketing.

Promoción y relaciones públicas como únicas actividad desarrollada desde el ámbito estatal.

EFECTOS:

Limitado establecimiento de alianzas estratégicas por parte de dichos actores para una operación eficaz de marketing.

Gastos infructuosos en promoción en mercados nacionales e internacionales que no representan demanda para la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Falta de control y seguimiento permanente e integral del comportamiento turístico.

Baja afluencia y derrama económica.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Marca turística.

Carencia de definición de la marca turística para Guadalajara como destino de congresos y convenciones.

CAUSAS:

Falta de incentivos para atraer nuevos eventos nacionales e internacionales.

No existe sinergia entre actores del sector turístico (público/privado) para el posicionamiento de la marca turística.

Los actores del sector no muestran interés en incrementar la participación de Guadalajara en la licitación de eventos.

Desconocimiento de la demanda real y potencial.

EFECTOS:

Operación ineficaz de marketing.

Deficiencia en la formación profesional en comercio electrónico, nuevos sistemas de ventas y planificación de marketing.

Falta de una imagen comercial de calidad del destino Guadalajara.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Municipio de Guadalajara.

El municipio de Guadalajara no posee un lineamiento específico que regularice la actividad turística municipal.

CAUSAS:

Falta de inclusión de la actividad turística dentro del Plan de Desarrollo Municipal.

El municipio de Guadalajara tiene una escasa vinculación con otras dependencias e instancias públicas.

El municipio de Guadalajara no cuenta con un documento concreto que regularice la actividad turística, además, no dedica un eje de actuación particular para la promoción, desarrollo y fomento del turismo.

EFECTOS:

Inexistencia de proyectos y programas para la conservación, mejoramiento, protección, progreso y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Municipio de Zapopan.

Mal aprovechamiento de los recursos turísticos en el municipio de Zapopan.

CAUSAS:

Pasividad en la gestión del turismo en la escala local.

El municipio de Zapopan no contempla el turismo dentro de sus ejes prioritarios de acción (Plan de Desarrollo Municipal), a pesar de ser una actividad económica importante para el desarrollo local.

EFECTOS:

Resultados de bajo impacto de aprovechamiento de los recursos turísticos en evaluaciones a nivel municipal.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Otros municipios.

En los municipios de El Salto, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos no se emiten reglamentos vinculados al turismo.

CAUSAS:

La incipiente o nula participación de estos municipios en la actividad turística.

En algunos casos no existen servicios turísticos, como hospedaje.

Escasos servicios complementarios en atención a los visitantes.

EFECTOS:

Carencia en la Dirección Municipal sobre la aplicación de actividades de desarrollo local.

Falta de estrategias de promoción y desarrollo económico.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

5.MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA.

5. MARCO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA: Protección al turista.

Rezago en las alianzas estratégicas en el sector público para la protección del turista.

CAUSAS:

Debilidad en los mecanismos de cooperación en pro de la protección, apoyo y auxilio al turista.

EFECTOS:

Los temas de seguridad, medio ambiente y movilidad son asignaturas pendientes por revisar de las dependencias correspondientes.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Carreteras/Jalisco.

La infraestructura carretera requiere modernizarse, construir libramientos, entronques, distribuidores y accesos. Además, se deben de utilizar sistemas inteligentes de transporte y se requiere garantizar seguridad a los viajeros.

CAUSAS:

Faltan más esquemas de financiamiento para generar obra carretera.

La delincuencia que prevalece en el país se presenta también en las carreteras.

Los sistemas inteligentes de transporte son poco utilizados.

EFECTOS:

Los turistas pierden tiempo y dinero en sus desplazamientos por carretera. Además, los turistas tienen la percepción de que algunas carreteras son muy inseguras, por lo que evitan el transporte terrestre para desplazarse a otros lugares.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Carreteras.

Las carreteras de Jalisco son poco atractivas, tanto por la calidad del paisaje natural que ofrecen, como por las facilidades y servicios con los que se cuentan (e.g. sanitarios, centros de consumo, módulos de información y servicios médicos/emergencias). Además de existir oferta recreativa y legados culturales, estos no son del conocimiento de los turistas, por falta de señalización.

CAUSAS:

Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales, encargados de los servicios de infraestructura en las carreteras del país (e.g., Secretaría de Comunicaciones y Transportes y concesionarios).

Falta de atención a la calidad del paisaje, por parte de los organismos estatales y federales encargados del sector turismo. Los paisajes son parte del producto turístico de México. Se requiere trabajo intersectorial para aprovechar el paisaje y los atractivos turísticos de las carreteras.

EFECTOS:

Los turistas no experimentan un viaje en carretera que haga de la carretera un atractivo turístico *per se*. Además, pierden la oportunidad de visitar otros lugares por falta de información.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Aeropuertos.

No existe una oferta de servicio de transporte público en el aeropuerto. Limitada opción que se basa en el servicio de taxis, y las rutas de autobuses son insuficientes y no están diseñados para el traslado de turistas con su equipaje.

CAUSAS:

Inadecuada actuación de los organismos municipales/estatales encargados de la movilidad y la oferta de transporte público, al permitir que la oferta de transporte en el aeropuerto sea muy limitada.

EFECTOS:

Los turistas y viajeros se encuentran atrapados bajo el monopolio de los taxistas. No tener opciones reales de transporte perjudica la experiencia del turista en el aeropuerto y también afecta su impresión del destino.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Aeropuertos.

La infraestructura y los servicios del aeropuerto de Guadalajara no compiten con los aeropuertos más vanguardistas del mundo. Un problema es que no ofertan servicios de bienestar al pasajero durante su estancia en el aeropuerto (e.g., comodidad, confort, atmosfera que invite a relajarse).

CAUSAS:

La administración del aeropuerto consigue una gestión adecuada, pero no intenta innovar y hacer del aeropuerto uno que compita a nivel mundial. Además, busca ofrecer facilidades y servicios mínimos indispensables sin considerar alternativas para mejorar el bienestar del pasajero durante su estancia en el aeropuerto.

Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales encargados del sector turístico, al no trabajar en conjunto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para generar mecanismos en los que se mejore la gestión de los aeropuertos (e.g. revisión de las concesiones).

EFECTOS:

Los turistas y viajeros no encuentran en el aeropuerto un entorno agradable que les procure una sensación de bienestar durante su estancia. No experimentan una estadía placentera, esto deja una mala impresión. La experiencia del destino se perjudica, por la experiencia de los turistas en el aeropuerto.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Aeropuertos.
El servicio de los agentes migratorios es inadecuado. No son amables con los viajeros.

CAUSAS:
Inadecuada actuación de los organismos estatales/federales encargados del sector turístico, al no evaluar el desempeño de aquellos que entran en contacto directo con los viajeros/turistas.

Falta trabajo intersectorial con la Secretaría de Relaciones Exteriores, lo anterior para generar mecanismos en los que se mejore el servicio que se prestan a los viajeros los agentes aduanales en el aeropuerto.

EFECTOS:
Los turistas y viajeros no encuentran en el aeropuerto un entorno agradable inmediatamente después de llegar al destino, porque los primeros en recibirlos –los agentes aduanales– no son amables. Esto deja una mala impresión. La experiencia del destino se perjudica, por la experiencia de los turistas en el aeropuerto.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Centrales/Terminales de transporte foráneo.

Servicio y facilidades con regular-mala calidad: las instalaciones necesitan remodelarse, que la decoración sea más vanguardista y más funcional. Además, las estaciones/terminales no están estandarizadas, algunas tienen varios servicios complementarios (internet, pantallas de televisión), mientras que otras carecen incluso de servicios básicos (teléfonos públicos). También la señalización es deficiente y no es amigable para los turistas (e.g. información en otros idiomas).

CAUSAS:

Existe más de una administración en las terminales/centrales que existen en Guadalajara. Estas administraciones no estandarizan sus facilidades y servicios.

Inadecuada actuación de los organismos locales/municipales/estatales encargados del sector turístico, ya que pueden, y deben, encontrar mecanismos de apoyo para que los prestadores de servicios turísticos puedan ofertar calidad en las facilidades y servicios a los pasajeros.

EFECTOS:

Los turistas pueden llevarse una primera impresión del destino muy negativa, ya que la central es el primer lugar que conocen al llegar a Guadalajara.

La central también es el lugar que ayuda a desplazar a los turistas para que conozcan otros lugares turísticos cercanos a Guadalajara, y debido a sus servicios y facilidades deficientes, puede desalentar los desplazamientos.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6.ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Transporte público: autobuses.
Ineficiente oferta de transporte público. Además, la información sobre el uso del transporte no existe o es limitada (rutas, frecuencia, costo), por ejemplo, los turistas extranjeros no pueden hacer consultas por internet (en inglés) sobre como desplazarse en Guadalajara en el transporte público.

CAUSAS:
La administración del transporte público tiene una gestión deficiente y negligente al ofertar facilidades y servicios de poca calidad para los usuarios y no tomar en cuenta a los turistas.

Inadecuada actuación de los organismos locales/municipales/estatales encargados del sector turístico, ya que pueden, y deben, encontrar mecanismos de apoyo/asesoría para que los prestadores de servicios turísticos puedan gestionar mejor las facilidades y servicios que ofrecen a los turistas.

EFECTOS:
Los turistas se llevan una mala impresión del destino. La movilidad deficiente en el destino turístico afecta la capacidad de los turistas para visitar más lugares turísticos en corto tiempo y a menor precio.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Calles y flujos de vehículos.
Puntos de conflicto vial y obstaculización de muchas vías, principalmente en las calles del Centro Histórico de Guadalajara.

CAUSAS:

Inadecuada actuación de los organismos locales/municipales/estatales encargados de aplicar las normas y leyes vigentes en materia de movilidad.

EFECTOS:

Los turistas se llevan una mala impresión del destino. La movilidad deficiente en el destino turístico afecta la capacidad de los turistas para visitar más lugares turísticos en corto tiempo y a menor precio debido a que no se puede transitar con facilidad.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.

6. ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

PROBLEMÁTICA: Zona centro de Guadalajara.
Calles y banquetas en mal estado y con obstáculos que no permiten que los peatones puedan transitar con facilidad. Además, las calles y banquetas están sucias.

CAUSAS:
La gestión del gobierno municipal es ineficiente. No se da mantenimiento regular a las calles y banquetas.

Asimismo, no se promueven campañas para concientizar a la población de no tirar basura en las calles y de sancionar a los que tiran la basura.

EFECTOS:
Los turistas se llevan una imagen negativa del destino.

Además, pueden estar expuestos a accidentes al movilizarse en vías peatonales en mal estado (sufrir una caída).

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7.ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Aguas residuales.

La Zona Metropolitana de Guadalajara no cuenta con un sistema de tratamiento de aguas residuales (alcantarillado, drenaje y plantas tratadoras de aguas residuales, PTAR's) que cubra el 100% de las descargas.

CAUSAS:

Insuficiencia en materia de infraestructura en el sistema de drenaje y alcantarillado.

Sólo 10 PTAR´s están operando dentro de los lineamientos de normatividad.

El déficit de atención en la infraestructura hidráulica y de saneamiento es evidente, y requiere de grandes inversiones que beneficien a la población local y a la demanda de estos servicios por parte de los turistas.

EFECTOS:

La imagen de la calidad de las aguas de la ZMG se ve afectada, así como la seguridad de ciudadanos y visitantes debido a inundaciones frecuentes en época de lluvias.

La cobertura en el sistema de tratamiento de aguas residuales es muy baja y deficiente, provocando contaminación de ríos y cuerpos de agua, sin ningún tratamiento, creando focos de infección y mal aspecto.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7.ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Desechos sólidos.
La infraestructura, el equipamiento y la educación ambiental son insuficientes para llevar a cabo un manejo integral de deshechos sólidos en la ZMG.

CAUSAS:
Sólo el 80% de la basura es recolectada y confinada adecuadamente.

Las plantas de tratamiento de residuos sólidos son insuficientes.

Los sitios de disposición final no respetan la normatividad ambiental y se rebasa el límite de su capacidad.

Falta de cultura en ciudadanos en cuanto a la separación, manejo, reciclaje y depósito de residuos en contenedores en áreas publicas.

EFECTOS:
El 20% de los residuos sólidos que no son recolectados se dispersan en calles y avenidas, provocando mal aspecto, contaminación y obstrucción de alcantarillas, que a su vez ocasiona inundaciones en determinados sectores de la ciudad.

Son latentes los focos de infección por tiraderos al aire libre, además, de las tres plantas, dos están a punto de saturarse y una se encuentra a la mitad de su vida útil.

Zapopan es el municipio que genera una mayor cantidad de residuos sólidos.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7.ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Desarrollo turístico sustentable.
Insuficiencia en la implantación y aplicación de planes, programas y normatividad en el desarrollo sustentable del turismo en la ZMG.

CAUSAS:
Falta de programas, instrumentos y diagnósticos en materia ambiental para el desarrollo turístico.

Ausencia de la acción coercitiva del Estado para hacer cumplir los programas de conservación del patrimonio natural que refuercen acciones de control y mitigación de impactos en áreas naturales de la ZMG.

EFECTOS:
No existen líneas de acción ambiental para fortalecer al sector turístico de una forma responsable.

Falta de acciones complementarias en las Áreas Naturales Protegidas (ANP), como son la conservación y el aprovechamiento sustentable, especialmente en la presión sobre el uso del suelo y los planes de manejo.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Áreas Naturales Protegidas.
Carencia en la aplicación de planes, programas y normatividad vigente en la conservación y aprovechamiento sustentable de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) de la ZMG.

CAUSAS:
Déficit en el cumplimiento de los planes de manejo de las Áreas Naturales Protegidas y parques urbanos.

Falta de actualización y desarrollo de instrumentos jurídicos adecuados para cumplir en materia de derecho ambiental.

Los planes de manejo carecen de instrumentos legales que permitan su cumplimiento.

EFECTOS:
Las ANP de la ZMG, como el Bosque La Primavera y la Barranca del Río Santiago, no están sujetas a acciones reales que favorezcan su conservación y aprovechamiento turístico.

Los efectos en la presión sobre el uso del suelo son notorios, especialmente en La Primavera.

Existen actores locales que buscan beneficiarse de las lagunas jurídicas que prevalecen en materia de derecho ambiental.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Ordenamiento territorial.
Falta de actualización y seguimiento de los Planes de Ordenamiento Territorial en la ZMG.

CAUSAS:
Los Planes de Ordenamiento Territorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara están vigentes al año 2006. No se encuentran actualizados.

Los ordenamientos territoriales no son realmente aplicados.

EFECTOS:
No existe control en cambios de usos de suelo, hecho que afecta principalmente a espacios naturales.

Producción de suelo habitacional que ejerce presión sobre las Áreas Naturales Protegidas.

El Ordenamiento Territorial no es contemplado de manera formal, que es como que se requiere.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Ordenamiento territorial.
Falta de actualización y seguimiento de planes de manejo de riesgos en la ZMG.

CAUSAS:
Déficit en la aplicación de planes y programas en materia de manejo de riesgos (inundaciones urbanas e incendios forestales).

EFECTOS:
Continua presencia de inundaciones urbanas en calles y avenidas, así como descontrol de incendios forestales en el polígono del Bosque La Primavera.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

7. ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Certificación ambiental.
Escasez en materia de certificación ambiental de empresas con giros turísticos en la ZMG.

CAUSAS:
Déficit en la certificación y aplicación de normas de calidad ambiental de empresas turísticas.

Incumplimiento en la obligatoriedad de los lineamientos estipulados en las normas ambientales y certificaciones derivadas de ello.

Falta de incentivos para obtener certificación ambiental.

EFECTOS:
Las empresas turísticas no brindan servicios ni cuentan con infraestructura apegados a normas de cuidado ambiental.

La mayoría de hoteles y empresas del ramo gastronómico no cuentan con certificados ambientales.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

7. ANÁLISIS TERRITORIAL

PROBLEMÁTICA: Certificación ambiental.
Deficientes planes de manejo de certificación municipal en materia ambiental.

CAUSAS:

El programa Municipio Limpio no es aplicado en los municipios que conforman la Zona Metropolitana de Guadalajara.

EFECTOS:

No existe certificación de cumplimiento ambiental en los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

8. MERCADO TURÍSTICO

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

8. MERCADO TURÍSTICO

8. MERCADO TURÍSTICO

PROBLEMÁTICA: Dependencia.
Dependencia de los turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá.

CAUSAS:
La Zona Metropolitana de Guadalajara recibe el mayor porcentaje de turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá, sobre todo en el período de noviembre a marzo (temporada alta).

La proximidad geográfica a estos países del Norte ha favorecido la presencia de estos viajeros en un porcentaje elevado.

EFECTOS:
No se exploran otros mercados emisores potenciales, como: Sudamérica, Europa y Asia.

Ha habido un bajo porcentaje de visitantes a partir de la recesión económica en Estados Unidos (2009).

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

9.PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROBLEMÁTICA: Promoción.

Los municipios que integran la Zona Metropolitana de Guadalajara no trabajan de manera sinérgica, pues las estrategias promocionales son austeras, costosas y de corto alcance a los mercados potenciales.

CAUSAS:

No se reconocen las herramientas actuales para poder comercializar estratégicamente la ZMG en el mercado nacional e internacional.

La mayoría de los municipios que integran la ZMG sólo cuentan con los recursos para realizar la promoción convencional, es decir, la edición de folletos, guías y carteles, los cuales son instrumentos de escaso alcance en la actualidad.

EFECTOS:

La promoción turística es débil, convencional y muy costosa en la ZMG.

Asimismo, la promoción no tiene alcance a los mercados potenciales.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

9.PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROBLEMÁTICA: Comercialización.

No existen estrategias de comercialización eficientes ni competitivas para competir en el mercado internacional del turismo.

CAUSAS:

Los actores locales involucrados no realizan una planificación de comercialización del destino que vaya aunada a las estrategias de promoción.

No se hace un uso óptimo de los recursos que Internet ofrece en cuanto a comercialización y posicionamiento *online*.

EFECTOS:

La ZMG no compite con destinos con los que comparte ciertas características a nivel internacional, e.g. : Barcelona en España.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

9.PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROBLEMÁTICA: TIC´s.

Desatención en el uso de las TIC´s en aspectos promocionales y de comercialización de la ZMG como destino turístico.

CAUSAS:

No se aprovechan los bajos costos que ofrecen las plataformas virtuales.

No se ofrece una dinámica interactiva con los usuarios.

Se publica sólo información institucional, a veces es errónea.

No existe conocimiento ni formación especializada al respecto.

EFECTOS:

Casi nula presencia en redes sociales.

El perfil del turista que visita la ZMG es usuario de redes sociales y no se está satisfaciendo su demandas de información.

No existen estudios que indiquen si las empresas mexicanas del ramo aprovechan todo el potencial de las TIC’s para gestionar mejor sus negocios.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

9.PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROBLEMÁTICA: Página web.

No existe una página de internet con dominio propio, en la cual se proporcione información completa acerca de la ZMG como destino turístico.

CAUSAS:

La página actual de *visitajalisco.gob.mx* ofrece información muy general de los principales destinos de la entidad, en este caso, la ZMG y Puerto Vallarta.

EFECTOS:

La información no satisface la mayoría de las dudas de los usuarios para tomar la decisión de viaje.

No brinda una información completa.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

10. TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

10.TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO.

10. TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

PROBLEMÁTICA: Internet.

En el municipio de Guadalajara, el acceso libre a Internet en sitios y espacios públicos es inexistente o limitado, además, la cobertura es casi nula en aquellos espacios del resto de los municipios que conforman la ZMG.

CAUSAS:

No se designa un presupuesto suficiente para equipar estos espacios con acceso libre a Internet.

No se ha valorado la importancia de contar con una red de comunicación e información que beneficie a la población y a los turistas.

EFECTOS:

Estos sitios al no aprovecharse se convierten en inseguros, desolados y a su vez poco atractivos para los turistas.

La información no llega de manera eficiente, en el momento en que se necesita el acceso a Internet para obtener determinada información.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

10.TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO.

10. TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

PROBLEMÁTICA: TIC´s.

Desaprovechamiento de los beneficios del uso de las TIC´s en el sector turismo, dado a su alcance internacional y a que son usadas por un segmento de viajeros clave en la ZMG (negocios y cultural).

CAUSAS:

Desconocimiento de las oportunidades por parte de los gestores que proporcionan información y comunicación del destino.

No se aprovechan las nuevas formas de comunicación, las nuevas tecnologías y los sistemas de información más empleados por los turistas para buscar información.

Desconocimiento de los beneficios que otorgan con una inversión mínima.

EFECTOS:

No es posible llegar a aquellos mercados que cuentan con acceso a redes sociales e internet.

No existe una comunicación rápida, continua e interactiva.

Utilización de herramientas obsoletas que requieren una inversión financiera superior y constante.

Las TIC´s no se aprovechan para la investigación y desarrollo de nuevos productos.

Costosas campañas de publicidad.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

10.TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO.

10. TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

PROBLEMÁTICA: Proyectos tecnológicos.

Falta de proyectos tecnológicos por parte de los gobiernos municipales para el incremento de la comunicación en el sector turismo.

CAUSAS:

Carencia de estudios que identifiquen las necesidades del destino para obtener la información turística necesaria para su transmisión.

La cobertura de algunas aplicaciones aún es insuficiente, pues algunas localidades y regiones de interés turístico en México están fuera del alcance de esta tecnología.

EFECTOS:

Falta de elementos para conocer las necesidades de la demanda turística.

Impide el desarrollo de estrategias para la captación de turistas.

Bajo impacto en las acciones para el uso y aprovechamiento de las redes sociales para la comunicación turística.

Atraso en el acceso a Internet por parte de la población.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

10.TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO.

10. TIC´S Y SU APLICACIÓN AL TURISMO

PROBLEMÁTICA: Tecnología.
Mala identificación de puntos estratégicos para zonas de alcance tecnológico a nivel municipal.

CAUSAS:
Incapacidad económica de los Gobiernos Municipales.

Falta de equipo (hardware) e infraestructura (kioscos y telecentros) que puedan implementarse para la consulta de información turística.

EFECTOS:
Limitado alcance digital tanto para los ciudadanos como para los visitantes.

Falta de centros comunitarios digitales para el buen manejo de la tecnología y las comunicaciones.

Ausencia de convenios con centros de acceso a Internet privados que garanticen un mejor servicio comercial.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

11. SEGURIDAD

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

11. SEGURIDAD

11. SEGURIDAD EN LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Jalisco/seguridad.
Aumento de los homicidios dolosos y de un uso principal de las armas de fuego (delitos de alto impacto social) en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

CAUSAS:

La existencia de una violencia social que ha sido favorecida por la desigualdad social y por el desarrollo del crimen organizado.

La existencia de un mercado negro de arma de fuego y su ingreso a través del contrabando.

Carencia de acciones preventivas más eficaces para detener la delincuencia.

Existencia de actos de impunidad.

EFECTOS:

El impacto negativo que genera en la imagen turística del estado de Jalisco promovida en otros países.

Posibilidad de alcanzar al año 2013 cifras históricas en el tema de inseguridad.

Menor flujo de visitantes extranjeros, en especial de Estados Unidos, principal emisor de turistas a México.

Estados Unidos ha lanzado alertas a sus ciudadanos para que eviten viajar a nuestros destinos debido al problema de inseguridad.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

11. SEGURIDAD

11. SEGURIDAD EN LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Seguridad pública.

Mala percepción sobre la seguridad pública en los ciudadanos de la ZMG; temor a acudir a espacios públicos y desconfianza en las instituciones de seguridad y de administración de justicia.

CAUSAS:

Clima de violencia y de inseguridad pública que afecta entre otras a la zona céntrica de Guadalajara.

Insuficiencia e ineficacia de los elementos policíacos.

Malas prácticas de las instituciones de justicia.

Los medios de comunicación difunden la violencia, algunas veces de manera sensacionalista.

EFECTOS:

Temor e inseguridad de la sociedad y falta de confianza en las instituciones de seguridad pública que se pueden transmitir a los turistas nacionales y extranjeros.

El aumento de la violencia genera incertidumbre en los turistas y condiciona de una forma decisiva su decisión de viaje.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

11. SEGURIDAD

11. SEGURIDAD EN LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Seguridad pública.
Incremento del crimen y la inseguridad pública en la ZMG.

CAUSAS:
La desigualdad social, la marginación y el desempleo son los principales factores que inciden en este incremento.

El tráfico de drogas y la guerra por el mercado de estupefacientes.

El establecimiento de grupos criminales dedicados al tráfico de drogas ilícitas y los usos de estos enervantes por parte de la población, así como de ciertos sectores del turismo nacional y extranjero.

EFECTOS:
Los turistas extranjeros han reducido sus viajes a este destino turístico por temor a ser víctimas de la inseguridad pública.

La imagen del destino se ha visto mermada, sobre todo en los Estados Unidos.

Nivel de incidencia delictivo más alto que en otros destinos a nivel estatal.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

11. SEGURIDAD

11. SEGURIDAD EN LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Zonas con mayor índice delictivo.
Existencia de una correlación entre las zonas con mayor índice delictivo y que frecuentan los turistas: plazas públicas, jardines, instituciones bancarias, museos y espacios de acceso libre a Internet.

CAUSAS:
Los delitos del fuero común sí afectan a la población local y a los turistas.

Hace falta el impulso a proyectos de renovación de espacios públicos desde una visión multidisciplinaria, no sólo urbanista.

Insuficiencia e ineficacia de los elementos policíacos.

EFECTOS:
Temor a ser víctima de algún delito en estas zonas.

Pérdida de los espacios públicos dedicados a la recreación.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA EN LA ZMG

11. SEGURIDAD

11. SEGURIDAD EN LA ZMG

PROBLEMÁTICA: Pandillerismo.
Pandillerismo en algunas colonias de la ZMG.

CAUSAS:
Falta de oportunidades educativas, laborales y de ocio dirigidas a los jóvenes procedentes de las colonias marginadas y populares.

EFECTOS:
Clima de violencia y escasa seguridad pública en las zonas populares y marginadas controladas por las pandillas y que pueden repercutir en la seguridad de los mismos turistas.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Octubre de 2013

"El éxito del turismo deberá ser consecuencia del éxito urbano de la ciudad, en cuanto a ordenamiento, limpieza y seguridad"

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Corredor Turístico "Barranca" (Ficha 1)	Aprovechar el potencial de la Barranca del Río Santiago que bordea la ZMG, para generar un producto turístico que incluya Teleférico, miradores volados, jardín botánico, parque de aventuras y parque didáctico Mini Jalisco	Barranca del Río Santiago, correspondiente a los municipios de Tonalá, Guadalajara, Zapopan e Ixtlahuacán del Río.	Turístico	Local, nacional y extranjero	Se cuenta con un escenario natural que no ha sido aprovechado turísticamente, pese a que existen proyectos viables que no se han materializado; por lo cual es conveniente que sean retomados. El sitio se encuentra dentro de la ZMG y hay otros proyectos en marcha que pueden complementar el mismo.	La poca diversificación de la oferta turística de la ZMG, en particular la falta de atractivos naturales.	i. Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto. ii. Presentar un proyecto ejecutivo. iii. Socializar el proyecto iv. Buscar fuentes de financiamiento e inversionistas. v. Ejecución del proyecto.	1) Aprovechar turísticamente de forma sustentable la Barranca del Río Santiago. 2) Ofertar un atractivo natural de gran impacto turístico en la ZMG.	• Ayuntamiento de Guadalajara • Ayuntamiento de Zapopan • Ayuntamiento de Tonalá • Ayuntamiento de Ixtlahuacán del Río • FONATUR • SECTUR • SECTURJAL • ONG´s • Inversionistas	320 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Rescate de los *Barrios Tradicionales* de Guadalajara (Ficha 2)	Rescatar los *Barrios Tradicionales* de Guadalajara mediante la rehabilitación de espacios públicos, ordenamiento del comercio y mejoramiento de la imagen urbana.	Barrios de Mexicaltzingo, El Santuario, San Sebastián de Analco y Las 9 Esquinas.	Urbano – Turístico	Local, nacional y extranjero.	Los barrios se encuentran en el entorno del Centro Histórico de Guadalajara. Hay una infraestructura de servicios públicos, así como comercio, vialidades y oferta de servicios turísticos variada.	Recuperación de los *Barrios Tradicionales de Guadalajara.* Insuficiente oferta de productos turísticos en la ZMG.	i. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Guadalajara, y promover un cambio en el uso del suelo (turístico-recreativo). ii. Diseñar proyectos arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados. iii. Socializar los diferentes proyectos. iv. Analizar las posibles fuentes de financiamiento. v. Ejecutar los proyectos.	1) Socializar los distintos proyectos e incluir a los actores involucrados. 2) Ordenar el comercio y mejorar la imagen urbana de los barrios. 3) Mejorar el entorno del Centro Histórico de Guadalajara. 4) Crear un producto turístico competitivo.	• Ayuntamiento de Guadalajara • SECTURJAL • CANACO Guadalajara • CANIRAC • Iniciativa Privada • Comerciantes y comunidad local.	250 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Centro Gastronómico y de Culturas Populares "Santa María del Pueblito" (Ficha 3)	Desarrollar un producto turístico con base en un centro gastronómico y un corredor de la cultura popular mexicana en las inmediaciones del Parque Metropolitano.	Santa María del Pueblito, municipio de Zapopan.	Turístico – Cultural	Local, nacional y extranjero.	La localidad se encuentra en una zona de gran actividad comercial y flujo de personas, específicamente entre el Parque Metropolitano y Plaza Galerías	La poca diversificación de la oferta turística de la ZMG.	i. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Zapopan, y promover un cambio en el uso del suelo (turístico-gastronómico). ii. Diseñar proyectos arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados. iii. Socializar los diferentes proyectos. iv. Analizar las posibles fuentes de financiamiento. v. Ejecutar los proyectos.	1) Socializar los distintos proyectos e integración de los actores involucrados. 2) Ordenar el comercio y mejorar la imagen urbana de Santa María del Pueblito 3) Ofrecer un producto turístico innovador en la ZMG.	• Ayuntamiento de Zapopan • SECTUR • SECTURJAL • CANIRAC • Plaza Galerías • Inversionistas	150 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara (Ficha 4)	Recuperar el Centro Histórico de Guadalajara mediante acciones como la peatonalización parcial de la Av. Alcalde – 16 de Septiembre; mejoramiento de la imagen urbana y rescate de fincas históricas.	Centro Histórico de Guadalajara	Urbano–Turístico	Local, nacional y extranjero	En 2013 se aprobó la Línea 3 del Tren Ligero que pasará por el Centro Histórico de Guadalajara, con lo cual se prevé una disminución del tráfico ocasionada por el transporte público. El Centro Histórico de Guadalajara es uno de los más grandes del país, sin embargo, paulatinamente se ha ido perdiendo parte del patrimonio arquitectónico ubicado en el primer cuadro, por lo cual es urgente un rescate del patrimonio cultural e histórico de esta ciudad.	Pérdida de patrimonio arquitectónico de la ciudad. El desorden urbano que predomina en el Centro Histórico de Guadalajara Falta de atracción hacia los turistas	i. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Guadalajara. ii. Diseñar proyectos arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados iii. Socializar los diferentes proyectos. iv. Analizar las posibles fuentes de financiamiento. v. Ejecutar los proyectos.	1) Socializar los distintos proyectos e incluir a los actores involucrados. 2) Dar preferencia al tránsito peatonal 3) Ordenar el comercio y mejorar la imagen urbana del centro histórico.	• Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) • Gobierno de Jalisco • SECTURJAL • SECTUR • CANACO Guadalajara • Ayuntamiento de Guadalajara • Patronato del Centro Histórico de Guadalajara • Comerciantes y locatarios del Centro Histórico • Habitantes del Centro Histórico	1,200 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

Museo de Ciencia y Tecnología (Ficha 5)	Rehabilitar el edificio donde se encontraba el Planetario "Severo Díaz Galindo" para crear un Museo de Ciencia y Tecnología	Municipio de Guadalajara, en las inmediaciones de la Barranca del Río Santiago y el Zoológico Guadalajara	Turístico-Educativo	Local, nacional y extranjero	El edificio es propiedad del Ayuntamiento de Guadalajara y actualmente está totalmente abandonado. El proyecto requiere de la firma de un convenio, por ejemplo, con la Comisión Federal de Electricidad (CFE), la Universidad de Guadalajara y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) para la habilitación de este espacio. La idea surge como modelo del Museo de Tecnología MUTEC de Chapultepec, el cual está a cargo de la CFE, y su muestra está basada en la electricidad.	El rescate del planetario, como un Museo de Ciencia y Tecnología busca también articularse con las propuestas que se tienen para la barranca.	i. Diseñar el proyecto ejecutivo ii. Socializar el proyecto ante la CFE, la Universidad de Guadalajara, el CONACYT y el Ayuntamiento de Guadalajara, para su aprobación. iii. Ejecutar el proyecto	1) Recuperar el espacio y las instalaciones del Planetario 2) Ampliar la oferta de museos interactivos en la ZMG 3) Crear una articulación con las propuestas de desarrollo turístico y urbano que se tienen para el norte de la ciudad	• Ayuntamiento de Guadalajara • CFE • Universidad de Guadalajara • CONACYT	80 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá (Ficha 6)	Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá mediante acciones como la rehabilitación de espacios públicos, ordenamiento del comercio y mejoramiento de la imagen urbana.	Centro Histórico de Tonalá.	Turístico-Urbano.	Local, nacional y extranjero	La localidad cuenta con un producto comercial y turístico, reconocido a nivel internacional, que puede funcionar como polo de atracción para la diversificación de la oferta turística municipal.	El desorden urbano y comercial que predomina en el Centro Histórico de Tonalá. Desarticulación del Centro Histórico de Tonalá con los demás atractivos de la ZMG.	i) Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Tonalá, así como el Reglamento de Comercio Municipal. ii) Diseñar proyectos arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados. iii) Socializar los diferentes proyectos. iv) Analizar las posibles fuentes de financiamiento. v) Ejecutar los proyectos.	1) Socializar los distintos proyectos y hacer partícipes a los actores involucrados. 2) Ordenar el comercio y mejorar la imagen urbana del Centro Histórico de Tonalá. 3) Desarrollar el Centro Histórico de Tonalá como un producto turístico complementario al corredor artesanal. 4) Diversificar la oferta de atracciones del municipio, mediante la generación de un nuevo producto turístico.	• SECTUR • SECTURJAL • Ayuntamiento de Tonalá • Asociación de Artesanos y Comerciantes de Tonalá	200 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan (Ficha 7)	Rehabilitar el Centro Histórico de Zapopan para que éste se convierta en un producto turístico bien posicionado en la ZMG.	Centro Histórico de Zapopan	Turístico – Urbano	Local, nacional y extranjero	La localidad está posicionado como un centro gastronómico importante en la ZMG. Además se cuenta con la infraestructura de servicios públicos, vialidades, y áreas comerciales de productos artesanales.	Escasa oferta turística en el Centro Histórico de Zapopan	i) Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Zapopan, así como el Reglamento de Comercio municipal. ii) Diseñar proyectos arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados. iii) Socializar los diferentes proyectos. iv) Analizar las posibles fuentes de financiamiento. v) Ejecutar los proyectos.	1) Consolidar al Centro Histórico de Zapopan como un atractivo turístico 2) Socializar los distintos proyectos y hacer partícipes a los actores involucrados.	• Ayuntamiento de Zapopan • SECTURJAL • SECTUR • Inversionistas • Habitantes del Centro Histórico de Zapopan	300 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Centro de Visitantes y Eventos Especiales * ***Palacio de Gobierno***	Adecuar espacios para eventos especiales en Palacio de Gobierno, aprovechando la historia y la arquitectura que representa.	Palacio de Gobierno de Jalisco	Turístico	Local, nacional y extranjero	La ubicación de este edificio histórico potencializa su calidad turística, por lo que se pretende aprovechar sus espacios, además, la característica de turismo de negocios del destino genera una gran opción para realizar eventos.	N/A	i. Gestionar el espacio con el gobierno de Jalisco ii. Promocionar el espacio para eventos especiales a través de la Oficina de Visitantes y Convenciones (OFVC) de Guadalajara	N/A	• Gobierno de Jalisco • SECTURJAL • OFVC de Guadalajara	100 mil pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Museo del Mariachi, Tequila y Charrería *	Aprovechar el potencial de este atractivo cultural ancla. Se pretende vincular el Mercado San Juan de Dios, con la creación del Museo, una plaza para los mariachis y zona de restaurantes y bares.	Plaza del Mercado San Juan de Dios, Centro Histórico de Guadalajara	Turístico – Cultural	Local, nacional y extranjero	A pesar de ser "La Cuna de la Mexicanidad", la ZMG no cuenta con un espacio turístico digno e integrado en torno al tema del Mariachi, de tal manera que proporcionar un espacio de esta naturaleza podría diversificar la oferta turística.	El libre flujo de peatones y turistas se encuentra obstaculizado por: grandes vialidades, desniveles, escaleras, pasarelas, vendedores ambulantes, etc.	i. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano de Guadalajara. ii. Diseñar proyectos. arquitectónicos y urbanísticos, o en su caso retomar aquellos ya elaborados. iii. Analizar las posibles fuentes de financiamiento. iv. Ejecutar los proyectos.	1. Generar un producto turístico con base al legado cultural del mariachi y la charrería.	• Ayuntamiento de Guadalajara • SECTURJAL • Secretaría de Cultura de Jalisco • CONACULTA • SECTUR • Inversionistas • Comerciantes de la Zona	300 millones de pesos

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO: **ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTO	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS	AGENTES INVOLUCRADOS	MONTO DE INVERSIÓN (aproximada)
Hotel temático y Plaza Multiuso ***El Centenario****	Aprovechar la Plaza de Toros el Centenario para realizar eventos de todo tipo (charrería) y anexo construir un hotel temático en torno a los elementos de la mexicanidad y gastronomía regional.	Tlaquepaque	Turístico	Local, nacional y extranjero	Plaza de toros cercano al Parían (Centro de Tlaquepaque). A espaldas de la plaza existe un baldío que servirá para la construcción del hotel.	Poca diversificación de atractivos turísticos.	i. Buscar inversionistas. ii. Facilitar las condiciones para la inversión en este proyecto.	N/A	• Ayuntamiento de Tlaquepaque • SECTURJAL • Inversionistas	1 millón de pesos
Corredor Gastronómico-Hotelero ***Lafayette****	Promover un corredor turístico en la Colonia Lafayette, con base en la oferta hotelera y de alimentos y bebidas.	López Cotilla y Av. La Paz, Col. Lafayette	Turístico	Local, nacional y extranjero	Ya se encuentran instalados establecimientos de servicios turísticos.	Desarticulación de los servicios turísticos de la zona.	i. Destinar una partida presupuestal del Ayuntamiento de Guadalajara. ii. Firmar convenio con los empresarios de la zona.	1. Consolidar la zona como un corredor de servicios turísticos. 2. Aumentar la competitividad de la ZMG.	• Ayuntamiento de Guadalajara • SECTURJAL • Inversionistas	3 millones de pesos

*** Proyectos presentados en el estudio denominado "Programa de Desarrollo Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara" (FONATUR, 2013)**

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO: ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Corredor Turístico "Barranca"	*Alto*	*Alto*	*Medio*	*Alto*	*70% Privado 30% Estatal Alto*	*Medio*	*26*	***3***
Rescate de los *Barrios Tradicionales* de Guadalajara	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*50% Privado 50% Municipal Alto*	*Medio*	*28*	***2***
Centro Gastronómico y de Culturas Populares "Santa ´María del Pueblito"	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*70% Privado 30% Municipal Medio*	*Medio*	*24*	***4***
Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*Alto*	*50% Privado 50% Municipal/ Estatal Alto*	*Alto*	*30*	***1***
Museo de Ciencia y Tecnología	*Medio*	*Medio*	*Medio*	*Medio*	*50% Privado 50% Municipal Medio*	*Bajo*	*16*	***6***

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO: ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá	*Medio*	*Bajo*	*Medio*	*Alto*	*60% Municipal 40% Privado Bajo*	*Bajo*	*14*	***8***
Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan	*Medio*	*Alto*	*Medio*	*Alto*	*50% Municipio/ Estado 50% Privado Medio*	*Medio*	*22*	***5***
Centro de Visitantes y Eventos Especiales Palacio de Gobierno	*Bajo*	*Alto*	*Medio*	*Bajo*	*Bajo*	*Bajo*	*12*	***9***
Museo del Mariachi, Tequila y Charrería	*Medio*	*Medio*	*Bajo*	*Bajo*	*Alto*	*Medio*	*16*	***7***
Hotel temático y Plaza Multiuso El Centenario	*Bajo*	*Medio*	*Medio*	*Bajo*	*Medio*	*Bajo*	*12*	***10***

FICHA CONCENTRADORA DE PRIORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL DESTINO: ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Proyecto	Mercado	Factibilidad	Sostenibilidad	Impacto	Recursos Financieros	Gestión	Puntaje	Prioridad
Corredor Gastronómico-Hotelero Lafayette	*Bajo*	*Alto*	*Medio*	*Bajo*	*Bajo*	*Bajo*	*12*	***11***

ÍNDICE DE FICHAS POR PROYECTO

Proyecto: *Corredor turístico "Barranca"* 1
Proyecto: *Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara*..... 4
Proyecto: *Centro Gastronómico y de Culturas Populares* 10
"Santa María del Pueblito"..... 10
Proyecto: *Rehabilitación del Cesontro Histórico de Guadalajara* 14
Proyecto: *Museo de Ciencia y Tecnología* 25
Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá*..... 27
Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan* 30

Ficha Técnica 1

Proyecto: *Corredor turístico "Barranca"*

I. ANTECEDENTES

- La Barraca del Río Santiago es un escenario natural con gran potencial de aprovechamiento turístico.

- En la década de los 70's se proyectó un complejo turístico para la Barranca del Río Santiago, correspondiente al municipio de Zapopan, en éste se contemplaba la instalación de uno o varios funiculares, teleférico, jardín botánico, restaurante, bungalows, etc, en las instalaciones del Parque Mirador Dr. Atl. No obstante, sólo quedó en propuesta.

- En el año 2005 Guadalajara ganó la sede para albergar el Museo Guggenheim, el cual se ubicaría en los terrenos aledaños al Parque Mirador Independencia en la Barranca del Río Santiago. En el 2009 el proyecto fue cancelado debido a la falta de presupuesto.

- En diciembre de 2009 se anunció el proyecto "Barranca Museo de Arte Moderno", el cual vino a sustituir al Guggenheim. El proyecto tiene un costo aproximado de 30 millones de dólares y para 2013 lleva un avance del 80% en su estructura.

II. PROPUESTA

❖ Instalación de un sistema de teleférico en la Barranca del Río Santiago. Crear tres estaciones de teleférico: una en el Parque Mirador Independencia, de donde se partiría para después llegar a la cima del Cerro de Mascuala (municipio de Ixtlahuacán del Río), y finalmente hacia el Parque Mirador Dr. Atl en Zapopan.



- La creación del teleférico es posible incluso con tecnología mexicana, como El Transporte Urbano Elevado Personalizado (TUEP), propuesto en la Ciudad de México, con el apoyo del Consorcio Dina.



- También se propone rescatar la infraestructura existente para instalar un funicular que vaya de Huentitán hacia el fondo de la Barranca, en la localidad llamada Las Juntas en el municipio de Guadalajara.



III. INVERSIÓN

- Se contempla un costo de 320 millones de pesos[1], mismos que serían invertidos en un período de tres años aproximadamente.

[1] Este presupuesto se basa en el costo total que tuvo el sistema de teleférico instalado en el denominado Parque de Aventura "Barrancas del Cobre", en Chihuahua.

Ficha Técnica 2

Proyecto: *Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara*

I. ANTECEDENTES

- Como parte de una estrategia de re-densificación de los centros históricos en diferentes partes del mundo, los *barrios* se están convirtiendo en un polo de atracción de inversiones inmobiliarias y un punto de visita obligada para los turistas. Uno de los principales ejemplos son los barrios de San Telmo y La Boca en Buenos Aires, Argentina, cuyo proceso de recuperación transformó a estos como un atractivo turístico de la ciudad.

- En 2013, mediante el *Convenio de Coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico* celebrado entre la SECTUR y el gobierno del Distrito Federal, la dependencia federal otorgó 40 millones de pesos (MDP) para la primera etapa de la recuperación del Barrio de Tacubaya en la Ciudad de México

- El Fondo Metropolitano de Guadalajara destinó 95 millones de pesos para imagen urbana de los barrios tradicionales de Guadalajara en el ejercicio fiscal 2013.

- El Ayuntamiento de Guadalajara anunció incentivos para la repoblación del municipio, principalmente en algunos de los barrios tradicionales.

II. Propuesta:

- ❖ Transformar de forma integral la imagen urbana de los Barrios Tradicionales de Mexicaltzingo, San Sebastián de Analco, El Santuario y Las 9 Esquinas, con el propósito de que estos se conviertan en atractivos turísticos de la ciudad.

- Instalación de mobiliario urbano de acuerdo a las características de cada barrio.



Plaza de San Sebastián de Analco

- Procurar espacios artísticos y culturales en los espacios públicos de los diferentes barrios, es decir, generar un sentido de pertenencia de los habitantes y una apropiación de los espacios por parte de los ciudadanos.



- Implementar los jardines verticales en viviendas y comercios



- Incentivar y facilitar usos referentes a la cultura galerías, talleres y exposiciones artísticas.



- Colocar una señalética propia relativa a la época de la colonia, en la cual se fusionaron los barrios con Guadalajara.

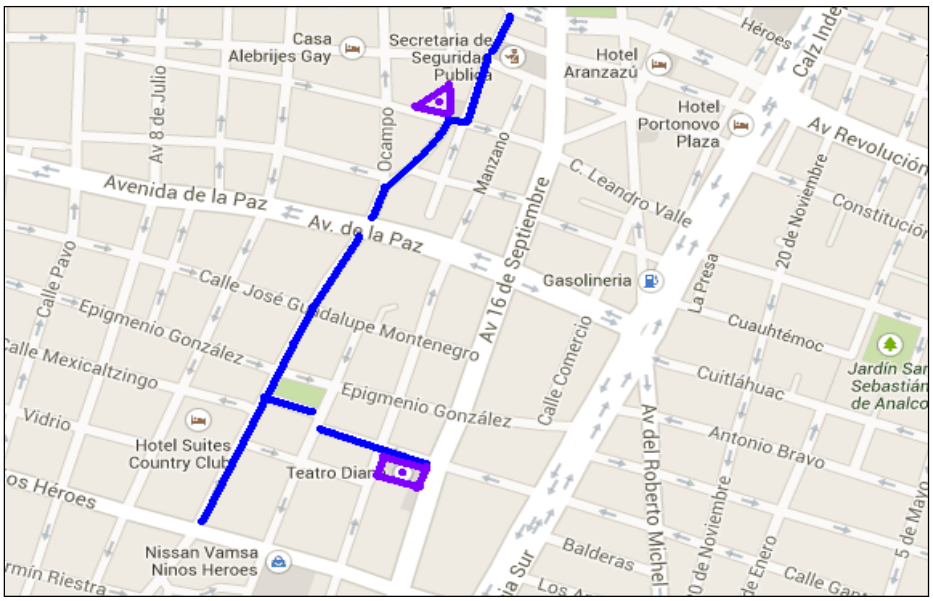
- Iluminación de edificios históricos en templos y plazas.

- Convertir la calle Colon en un andador peatonal hasta avenida La Paz, para continuar después hacia el Centro Histórico. También transformar la calle Mexicaltzingo en peatonal, desde 16 de Septiembre hasta la calle Colón.



Barrio de Mexicaltzingo

- Esta última vía peatonal permitirá unir el teatro Diana con el templo de Mexicaltzingo y éste con Las 9 Esquinas, para incentivar la apertura de negocios relacionados con el turismo.



- Transformar la fisonomía interior y exterior del mercado de Mexicaltzingo hacia una imagen mexicana, debido a la vocación gastronómica de este sitio, su cercanía con el Centro Histórico de Guadalajara y el potencial turístico de la zona, lo que permitiría captar la gran cantidad de visitantes que frecuentan los tres teatros localizados en los alrededores, a saber: Diana, IMSS y Experimental de Jalisco.



- ❖ Utilizar la paleta de colores según el reglamento para la rehabilitación de fachadas para cada barrio.

III. INVERSIÓN

- o Se proyecta un costo de 250 millones de pesos, mismos que serían invertidos en un período de tres años aproximadamente.

- o El costo sería asumido por distintos inversionistas; entre ellos el Ayuntamiento de Guadalajara, SECTURJAL, promotores inmobiliarios y la SECTUR.

Ficha Técnica 3

Proyecto: *Centro Gastronómico y de Culturas Populares*
"Santa María del Pueblito"

I. ANTECEDENTES

- La ZMG carece de espacios en donde se concentre una oferta gastronómica, principalmente de comida mexicana.

- Tampoco cuenta con un sitio donde se exponga la cultura popular mexicana; personajes que se han convertido en un *hito* del país en el extranjero.

- La localidad de Santa María del Pueblito se ubica en una de las zonas comerciales más concurridas de la ciudad. Además se sitúa justo a la entrada del Parque Metropolitano, lugar donde se encuentran instalaciones para la realización de eventos deportivos de talla internacional, como los pasados *XIII Juegos Panamericanos Guadalajara 2013* y el próximo *Mundial de Natación* a realizarse en el año 2017.

II. PROPUESTA

- Posicionar a esta zona como un *Centro Gastronómico y de Culturas Populares,* donde se expongan los platillos más representativos de la cocina mexicana y, en particular, de la gastronomía jalisciense. El concepto considera reunir en un solo lugar restaurantes de comida típica que a su vez sean de gran arraigo y tradición en la ciudad.



- Instalación de cafés que cuenten con un ambiente agradable en donde se puedan degustar los diferentes tipos de esta bebida que se preparan en México. Con el propósito de complementar la oferta de cafés, se buscará ofrecer además en este espacio repostería y panadería elaboradas por productores tradicionales.

- Apertura de espacios para la exhibición y venta de productos como: los cuadros de estambre y chaquira de la etnia Wixárika (huichol); la cerámica de Tonalá; el barro, el vidrio soplado y el latón de Tlaquepaque; el piteado de Colotlán; por mencionar algunos.

- Utilizar la calle José María Morelos para la creación de un andador donde se represente la cultura popular de México. Este andador conectaría a Santa María del Pueblito con el centro comercial Plaza Galerías, creando una sinergia entre estos lugares.



Calle José María Morelos

- Instalar mobiliario urbano que exalte a los personajes más representativos de la cultura popular mexicana, tal como se ha hecho en otros lugares.



La Familia Burrón en la Ciudad de México



Mafalda en Buenos Aires, Argentina

- Además, el proyecto contempla la realización de eventos culturales en donde la comunidad de Santa María del Pueblito sea partícipe. Para ello, se contaría con la colaboración de la Dirección de Cultura del H. Ayuntamiento de Zapopan, quienes podrían organizar la realización de espectáculos en esta localidad. Los espacios que podrían utilizarse para tal fin pueden ser la plaza principal del pueblo, la casa ejidal y, de forma esporádica, algún andador o calle. El tipo de espectáculos que se consideran sería, por mencionar algunos, los siguientes: obras de teatro, presentación de bandas u orquestas sinfónicas, bailes folklóricos, coros infantiles y juveniles, etc.

III. INVERSIÓN

- Se proyecta un costo de 150 millones de pesos, mismos que serían invertidos en la transformación de la imagen urbana.

- Parte de la inversión sería absorbida por inversionistas (Plaza Galerías y propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas), mientras que otra suma sería aportada por SECTURJAL, SECTUR y el Ayuntamiento de Zapopan.

Ficha Técnica 4

Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara*

I. ANTECEDENTES

- Los centros históricos de las ciudades son un punto de visita obligado para los turistas.

- El rescate de los centros históricos significa la conservación del patrimonio histórico de los destinos, y a su vez son se convierten en uno de los principales activos turísticos.

- Como ejemplo, durante los últimos diez años se han invertido 16,500 millones de pesos en el rescate del Centro Histórico de la Ciudad de México. Adicionalmente se invertirán 5 mil millones de pesos más en el período 2014–2018, de cuyo monto total, 3 mil millones serán aportados por el gobierno federal.

- En el caso de Guadalajara, se contempla una inversión de poco más de 1,100 millones de pesos para la recuperación del Centro Histórico y sectores aledaños.

- Entre las distintas intervenciones el primer cuadro de la ciudad, se incluyen proyectos como el de la Ciudad Creativa Digital en la zona del Parque Morelos, la cual cuenta con presupuesto federal, estatal y municipal; además de las aportaciones de inversionistas privados nacionales y extranjeros.

- En 2013 se confirmó la construcción de la *Línea 3* del Sistema de Tren Eléctrico Urbano (SITEUR) para la ZMG en su diagonal Zapopan–

Nueva Central de Autobuses. El trayecto contempla atravesar el Centro Histórico de Guadalajara por vía subterránea.

- El Ayuntamiento de Guadalajara ha anunciado recientemente que está por otorgar en concesión una parte del Parque Agua Azul a inversionistas de la Ciudad de México, cuyo fin es construir un parque acuático.

II. PROPUESTA:

Esta propuesta consiste en recuperar el Centro Histórico de Guadalajara mediante la intervención en dos espacios principales, tales como:

A) Centro Histórico - Paseo Alcalde-16 de Septiembre[2]

Transformar la fisonomía de la Av. Alcalde-16 de Septiembre,



Avenida Alcalde – 16 de septiembre

- ❖ Reconstruir el antiguo atrio de la Catedral Metropolitana

[2] Propuesta original del Arq. Alejandro Ulloa Ramírez †



- Adicional a la Línea 3 del Tren Ligero (ya aprobada con presupuesto 2014), se propone una línea de Tranvía que transite por la superficie de la calle. De esta manera, se fomentaría el no ingreso de vehículos motorizados públicos y privados al Centro Histórico.



B) Centro Histórico y Corredor Calzada Independencia
(Parque Morelos - Parque Agua Azul)

- Mejorar la imagen de las fincas históricas del primer cuadro del Centro Histórico de Guadalajara. Actualmente, el H. Ayuntamiento de Guadalajara apoya con la exención de pagos del predial, el otorgamiento del material necesario para pintar y rehabilitar las fachadas, así como con asesoría técnica. Es preciso difundir los beneficios de la conservación y la restauración de los inmuebles, mediante acciones tanto de concientización y sensibilización, dirigidas a los dueños de las fincas con valor patrimonial e histórico, como de información sobre usos adecuados de las mismas.

- Rehabilitar los parques del Ex Convento del Carmen y de la Revolución, insertando vegetación en áreas verdes, pintando muros, bancas, señalética y mobiliario urbano, afectados por el grafiti.

- Delimitar la zona de operación del comercio ambulante y dar prioridad a los restaurantes en la Plaza Tapatía (calle Morelos), es decir, que estos sean los negocios que predominen en este lugar. Este proyecto deberá promover la instalación de un corredor gastronómico, que incluya cafeterías, y donde estos comercios puedan colocar mesas pequeñas al exterior, sin obstruir el paso peatonal.



Calle Morelos sin comercio ambulante



Terrazas afuera de los negocios

- Mejorar la imagen visual de los edificios que se encuentran en la Calzada Independencia.

- Implementar sistemas de cableado subterráneo y de iluminación nocturna.

- Transformar la fisonomía urbana de la Calzada Independencia, de norte a sur, a partir del Parque Morelos hasta el Parque Agua Azul. Se tienen espacios culturales y recreativos que pueden detonar el desarrollo turístico de esta zona como:

Parque Morelos

- ✓ Tranquilizar la calle San Diego a nivel de la banqueta con bolardos que los delimiten, extendiendo los comercios hacia el espacio público de la banqueta con la inserción de jardineras y macetones.



- ✓ Respetar los reglamentos referentes a las alturas permitidas en edificaciones nuevas, cuatro niveles como máximo, debido a la cercanía con el Instituto Cultural Cabañas (Patrimonio de la Humanidad).

- ✓ Peatonalizar la calle Independencia para la inserción de los giros referentes a las neverías de garrafa tradicionales.



Tradicionales neverías del Parque Morelos

- ✓ Conectar la Plaza Tapatía con el Parque Morelos, mediante una vía peatonal elevada sobre la calle Hidalgo.

- ✓ Establecer una fisonomía armónica de los nuevos edificios en cuanto a estilos y materiales (promover el uso de la cantera), de forma que se pueda crear una extensión del perímetro “A” del Centro Histórico de Guadalajara con una imagen urbana uniforme.

- ✓ Impedir la inserción de usos industriales o habitacionales plurifamiliares, así como el establecimiento de giros incompatibles con el patrimonio arquitectónico en las inmediaciones del Parque Morelos.

- ✓ Colocar señalética propia para el Barrio de El Retiro y los alrededores del Parque Morelos.

Mercado Libertad (San Juan de Dios)

- Rehabilitar la explanada del Mercado Libertad, mediante el mantenimiento de áreas verdes, la implementación de un sistema de cableado subterráneo, la sustitución del mobiliario urbano subutilizado por otro que vaya acorde con el contexto cultural del área.





Plaza de los Mariachis

- Diseñar la calle principal como una gran explanada en la que puedan transitar de forma peatonal los visitantes locales o turistas a la iglesia de San Juan de Dios (localizada a un costado de la plaza), como a la Plaza de los Mariachis.



- Hacer respetar el área de servidumbre frontal de las propiedades y comercios que se localizan sobre la calle principal.

- Reproducir la imagen (balaustrada) y los materiales (cantera rosa) de la escalinata derecha y la parte izquierda de la parroquia sobre la colina, para una uniformidad en la fisonomía.

- Apoyar técnicamente, así como con materiales de construcción y pintura para la rehabilitación de fachadas de las fincas ubicadas en la calle principal, respetando la paleta de colores reglamentada.

- Instalar mobiliario urbano: luminarias (o farolas) y basureros sobre la calle principal.

- Prohibir la plantación de especies de árboles no apropiadas para el espacio, como palmeras, cipreses, ficus entre otros.

- Realizar una substitución controlada de árboles por especies nativas para presentar una imagen propia.

Museo de las Culturas de Jalisco

- Crear un espacio cultural mediante la fusión de las instalaciones de la Antigua Biblioteca Pública del estado de Jalisco y El Museo de Arqueología del Occidente de México, localizados por la Calzada Independencia, mediante la exhibición de piezas arqueológicas y representativas de la vida cotidiana de las distintas etnias que forjaron la entidad.

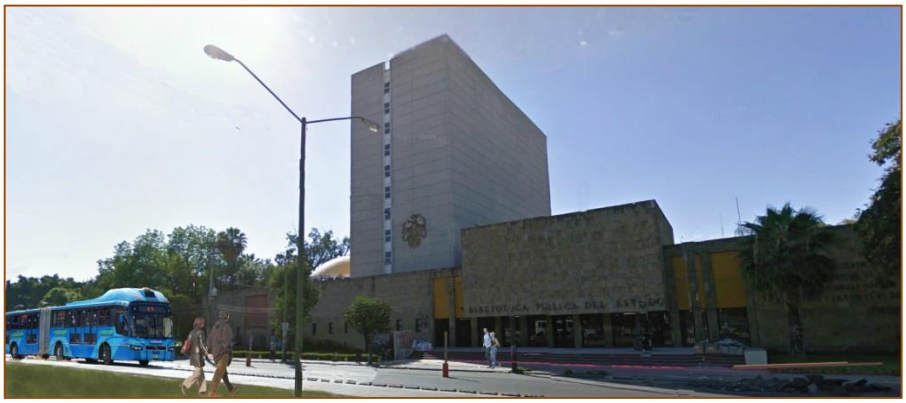
- Descubrir la fachada del edificio mediante la poda y remoción del follaje de los árboles, con el propósito de obtener una visual interesante del conjunto cultural.

- Restaurar la imagen urbana de la explanada de la Plaza Juárez y de los jardines de la Antigua Biblioteca Pública del estado de Jalisco mediante la limpieza de jardineras, la eliminación de grafiti y la restauración del mobiliario de la zona.

- Instalar cableado subterráneo en los alrededores del proyecto de referencia.

- Acondicionar el área con mobiliario urbano adecuado, como luminarias, bancas y basureros.

- Implementar iluminación nocturna tanto para el inmueble del museo propuesto como para la Plaza Juárez.



III. INVERSIÓN

- Los 1,200 millones de pesos propuestos se distribuirían durante los próximos 5 años (2014–2018), es decir, un aproximado de 250 millones de pesos por año.

- Este presupuesto deberá contemplarse no sólo para el Centro Histórico de Guadalajara, sino también para proyectos más específicos como la Rehabilitación de la Calzada Independencia y el Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara; es decir, para la denominada “Guadalajara Patrimonial”.

- Dicha presupuesto deberá ser absorbida en partes proporcionales por los gobiernos federal, estatal y municipal, así como por aportaciones de inversionistas y beneficiados directos con las obras.

Ficha Técnica 5

Proyecto: *Museo de Ciencia y Tecnología*

I. ANTECEDENTES

- El Planetario “Severo Díaz Galindo” se encuentra abandonado. Las instalaciones mantienen un deterioro visible y no existe un proyecto para su rescate, pues en esos terrenos se pretende desarrollar el proyecto inmobiliario denominado *Iconia.*

- En la ZMG no existe un Museo de Ciencia y Tecnología de estándares mundiales.

- Este proyecto pretende reproducir el modelo de Museo de Tecnología de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), ubicado en el Bosque de Chapultepec en la Ciudad de México.

II. PROPUESTA

- ❖ Crear un nuevo atractivo turístico para la ciudad de Guadalajara.

- ❖ Rehabilitar el edificio Planetario “Severo Díaz Galindo” y las zonas aledañas para crear un museo de formato interactivo.

- ❖ Crear salas de exposiciones culturales y científicas, con instalaciones adecuadas para la realización de eventos de alto impacto turístico.

- ❖ Rescatar la temática de planetario, creando un observatorio en la parte alta de las instalaciones, aprovechando la ubicación y la fácil visibilidad astral.

III. INVERSIÓN

- Los 80 millones de pesos contemplados podrían ser asumidos por la CFE y el Ayuntamiento de Guadalajara.

- El costo sólo contempla una primera etapa de construcción de la obra y la adquisición de mobiliario.

Ficha Técnica 6

Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá*

I. ANTECEDENTES

- Los centros históricos de las ciudades son un punto de visita obligado para los turistas. El rescate de los centros históricos significa la conservación del patrimonio histórico de los destinos, lo que a su vez se convierte en uno de los principales activos turísticos.

- A finales de 2012 se anunciaron obras para remozar 64 manzanas del Centro Histórico de Tonalá; no obstante, las obras no ha sido concluidas debido a la falta de recursos económicos por parte del Ayuntamiento.

II. PROPUESTA

- ❖ Reordenar el comercio informal que se establece en el Centro Histórico de Tonalá, particularmente en los alrededores de la Presidencia Municipal.

- ❖ Repavimentación adecuada con *piedra ahogada* o adoquinado, para las vialidades que conectan la Plaza Cihualpilli con la Avenida Tonaltecas, específicamente de las Calles Juárez, Emiliano Zapata y Zaragoza.

- ❖ Implementar mobiliario urbano adecuado a la vocación artesanal del municipio; luminarias (farolas), basureros y bancas en la plaza principal, así como en los andadores Hidalgo y López Pajar.

- Colocar señalética propia del contexto artesanal sobre la Avenida Tonaltecas, para incentivar la visita a la plaza principal, y no sólo del Tianguis Artesanal.

- Transformar la fisonomía interior y exterior del mercado de Tonalá, de acuerdo con una imagen mexicana y artesanal.

- Colocar iluminación en los edificios que rodean la Plaza Cihualpilli, particularmente el Templo Santuario del Sagrado Corazón, la Presidencia Municipal y la Parroquia de Santiago Apóstol.

- Se proyecta la realización de eventos culturales en los andadores Hidalgo y López Pajar, entre los que figuran recorridos de leyendas, con la participación de la Dirección de Cultura del Ayuntamiento de Tonalá y los estudiantes de bachillerato de la localidad.

- Reactivar los módulos de información turística ubicados en la Plaza Cihualpilli, a fin de que estos ofrezcan información de los servicios y atractivos turísticos para los visitantes.

- Promover recorridos guiados que partan desde la Plaza Cihualpilli hacia el Cerro de la Reina, en donde se explique las raíces históricas y culturales de Tonalá. Además, incentivar actividades relacionadas con el turismo rural en ciertas granjas recreativas que aún existen en el municipio.

- Instalación de cafés y galerías con detalles artesanales en los andadores aledaños a la Plaza Cihualpilli.

III. INVERSIÓN

- La inversión es de 200 millones. Posteriormente, se propone la conformación de una bolsa anual asegurada para dar mantenimiento y rehabilitación continua al Centro Histórico.

Ficha Técnica 7

Proyecto: *Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan*

I. ANTECEDENTES

- A pesar de que Zapopan tiene uno de los centros históricos mejor conservados de la ZMG, éste no ha podido despegar como un atractivo turístico, principalmente debido a la falta de atractivos y a la escasa oferta hotelera en el primer cuadro.

- En octubre de 2013 se anunció un plan que pretende convertir el Centro Histórico de Zapopan en el más importante distrito cultural de la ciudad en un plazo de 25 años.

- Las primeras acciones de este plan son la compra de edificios (como el que se menciona más adelante) para derribarlos y mejorar la vista de los visitantes hacia la Basílica de Zapopan y al Andador 20 de Noviembre.

- También se anunció la intención, por parte de diversas cadenas hoteleras, de invertir en el primer cuadro de la ciudad; entre ellas se encuentran hoteles *boutique*.

- La Línea 3 del Tren Ligero que pasará por avenida Laureles[3] permitirá la reducción del tráfico por esta zona.

[3] La Av. Laureles es la principal vía de acceso al Centro Histórico de Zapopan

II. PROPUESTA

- Se propone la demolición del edificio ubicado en la esquina de Av. Hidalgo y Av. Los Laureles, con el propósito de homogeneizar la imagen urbana de este espacio con el Centro histórico de Zapopan, pero también con el objeto de proponer la construcción de un Parián, como el que antiguamente se encontraba en ese mismo sitio.



- Unificar las áreas verdes del Andador 20 de Noviembre.

- Colocar un sistema de cableado eléctrico subterráneo, así como una infraestructura urbana adecuada al contexto local.

- Incentivar el establecimiento de negocios vinculados al sector turístico, como servicios de alojamiento, recreación, cultura y alimentos y bebidas.

III. INVERSIÓN

- Se contempla un costo aproximado de 300 millones de pesos para la etapa inicial del proyecto.

- De esa cantidad, el Ayuntamiento de Zapopan ya ha erogado más de 50 millones pesos en la compra de edificios que tiene proyectados derrumbar o reconvertir su uso.

- El resto de la inversión sería aportada por SECTUR, SECTURJAL y por los inversionistas. También se prevé que los ciudadanos que residen en el Centro Histórico de Zapopan participen con recursos económicos.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Propuesta de Mejora Regulatoria para la Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA

1. Fideicomisos de Turismo

El Fideicomiso de Turismo de la Zona Metropolitana de Guadalajara necesita un marco regulatorio adecuado a las nuevas circunstancias.

El Gobierno de Jalisco destina el 75% de los recursos generados por el impuesto sobre hospedaje (ISH) sólo a la promoción turística de los destinos. El restante 25% de los recursos captados se destina a los Ayuntamientos involucrados, para emplearlo en obras de equipamiento urbano con fines turísticos.

La tarea de promoción que debe llevar a cabo el fideicomiso ha sido deficiente, un claro ejemplo fue la falta de señalética para los Juegos Panamericanos del 2011 en Guadalajara, donde no se realizó un proyecto específico para promover y orientar al turista durante su estancia en la ciudad.

La falta de campañas publicitarias se debe al bajo interés en la asignación de recursos financieros, por lo que se requiere de estrategias de comercialización junto con la creación de alianzas estratégicas con operadoras mayoristas y otros empresarios, para lograr hacer competitivos a los destinos.

Aunado, no se mide el impacto del recurso empleado en campañas publicitarias y no existe un debido seguimiento.

Propuesta

Se propone destinar un porcentaje de los recursos de cada uno de los tres fideicomisos para los siguientes rubros:

i. Fomentar la investigación en el sector turístico local.

ii. Llevar a cabo el monitoreo de las campañas publicitarias y medir su impacto real.

iii. Colaborar con la Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL), la SECTUR y los ayuntamientos locales, para ejecutar proyectos de desarrollo turístico de alto impacto.

2. Centros Históricos

Marco jurídico

Reglamento del plan parcial de desarrollo urbano:

TÍTULO SEGUNDO. Del Aprovechamiento de Predios y Fincas

Capítulo I De los Usos de Suelo

Artículo 11**.** 1. Tratándose de solicitudes para el uso y cambio de uso del suelo que correspondan a edificaciones existentes:

4. El uso o giro por establecerse, debe cumplir con las adaptaciones necesarias para el buen funcionamiento de la actividad promocionada, debiendo obtener la licencia de construcción cuando corresponda de la Secretaría de Obras Públicas. (Esta reforma fue aprobada en sesión ordinaria del Ayuntamiento celebrada el 16 de agosto de 2011 y publicada el 26 de agosto de 2011).

5. En las fincas de valor cultural o patrimonial, se pueden realizar obras de restauración y rehabilitación, siempre y cuando se ajusten a los niveles de intervención previstos en los ordenamientos en la materia.

6. Para el otorgamiento de la Licencia de Operación o Giro, en una edificación existente, se debe cumplir con el otorgamiento de los cajones de estacionamiento, dentro del predio o edificación, que para el tipo de actividad específica señale el presente reglamento, en la inteligencia de que cuando exista la imposibilidad de otorgarlos en sitio, pueden substituirse de la siguiente forma: (Esta reforma fue aprobada en sesión ordinaria del Ayuntamiento celebrada el 16 de agosto de 2011 y publicada el 26 de agosto de 2011)

I. Otorgándolos en un predio que se localice a una distancia no mayor de 150 mts, de la finca en cuestión, dicho predio debe ser propiedad de la misma persona física o moral que sea propietaria de la finca a aprovechar, o mediante contrato.

7. Como un estímulo para el aprovechamiento de las fincas de valor cultural y patrimonial debidamente catalogadas, éstas están exentas del cumplimiento de la norma de cajones de estacionamiento, cuando así lo estipule a través de su dictamen el Comité de Dictaminación del Centro Histórico y Barrios Tradicionales

Propuesta

Con el objeto de facilitar la edificación de establecimientos de hospedaje o aprovechamiento de las fincas existentes para dicho fin dentro del centro histórico, y de disminuir las exigencias de espacios para cajones de estacionamientos, se propone la creación de un artículo dentro del TÍTULO SEGUNDO, Capítulo I del reglamento del plan parcial de desarrollo urbano en el que se señale: la exención de las exigencias de cajones de estacionamiento en la edificación, o aprovechamiento para fines de establecimientos de hospedaje de cualquier finca, no sólo las catalogadas con valor cultural y patrimonial que se encuentren dentro del centro histórico.

Con dicha modificación al reglamento, se contribuiría al mejoramiento y a la dinámica económica del centro histórico por medio de la eliminación de una de las restricciones para el desarrollo de servicios de hospedaje.

3. Impuesto al hospedaje

De acuerdo con la Ley de Hacienda del Estado de Jalisco, en específico, en el artículo 53. Del impuesto sobre hospedaje, se establece como su objeto, el ingreso por la prestación de servicios de hospedaje, en las edificaciones regidas por la modalidad de uso en tiempo compartido, hoteles, moteles, campamentos y paraderos de casas rodantes, en inmuebles ubicados en el estado de Jalisco.

La tarifa que para tal efecto señala la Ley de Ingresos del Estado de Jalisco 2013 en su artículo 12, corresponde a la tasa del 3.0%.

Propuesta

Ante la falta de transparencia por parte de los ayuntamientos en el manejo de los recursos obtenidos en el impuesto hotelero, se propone la creación de fideicomisos municipales en los que tengan injerencia varios sectores de la actividad turística, para que por medio de éstos, el gobierno estatal pueda recaudar y hacerse cargo de la destinación de dicho impuesto, procurando la transparencia, y mejor distribución de la tasa del 3.0%, no solo para fines de promoción y difusión de la actividad turística, sino también, para la elaboración de estudios y proyectos que impulsen el desarrollo entre los destinos que lo requieran, como por ejemplo los municipios aledaños a Tapalpa y Mazamitla, y otros con potencial turístico.

4. Tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias nacionales

Ley del impuesto al valor agregado, capítulo VI De la Exportación de bienes o servicios, Artículo 29. Las empresas residentes en el país calcularán el impuesto aplicando la tasa del 0% al valor de la enajenación de bienes o prestación de servicios, cuando unos u otros se exporten. Fracción VII. La prestación de servicios de hotelería y conexos realizados por empresas hoteleras a turistas extranjeros que ingresen al país para participar exclusivamente en congresos, convenciones, exposiciones o ferias a celebrarse en México, siempre que dichos extranjeros les exhiban el documento migratorio que acredite dicha calidad en los términos de la Ley General de Población, paguen los servicios de referencia mediante tarjeta de crédito expedida en el extranjero y la contratación de los servicios de hotelería y conexos se hubiera realizado por los organizadores del evento. Y las Reglas 5.6.5, 5.6.6. y 5.6. De la Resolución para la Miscelánea Fiscal 2005 publicada en el Diario oficial de la Federación.

Propuesta

La tasa cero fue creada como un estímulo económico a las asociaciones y personas provenientes del extranjero, con la finalidad de atraer congresos y convenciones internacionales.

Si bien, se cree que con esta acción se incrementará el número de eventos internacionales y que se contribuirá al fortalecimiento del segmento de turismo de reuniones, es importante resaltar que si una Asociación internacional contrata a un OPC Mexicano para que en su representación organice su evento, o si un OPC Mexicano logra atraer un congreso a nuestro país, en rigor la tasa cero no puede aplicarse, creando una decepción en el contratante extranjero por no poder gozar del beneficio fiscal y en adelante, la pérdida de competitividad de nuestras empresas organizadoras de eventos.

Por otra parte, los beneficios económicos esperados por la realización de eventos organizados por asociaciones o personas provenientes del extranjero, no son realmente los esperados ya que la mayor parte de los recursos generados por el evento se extraerán del país, ya sea por parte de la empresa, por la asociación organizadora o por los hoteles de cadenas extranjeras. Desde luego se genera empleo y hay consumo en el destino elegido, pero el beneficio para el país no es de la misma magnitud que cuando las empresas mexicanas intervienen en toda la organización y logística.

En virtud de lo antes mencionado, se propone la aplicación de la tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias, al efectuarse tanto por organizadores de eventos nacionales como extranjeros, esto con el fin de no situar en una posición de desventaja a las empresas nacionales de este segmento y contribuir a su crecimiento competitivo.

5. Anulación de la concesión de la Plaza de los Mariachis en la Zona Metropolitana de Guadalajara

De acuerdo con el Reglamento de Patrimonio Municipal de Guadalajara, sección primera, De los bienes del dominio público. Artículo 18. Establece que son bienes del dominio público los bienes de uso común entre ellos las plazas.

Artículo 21. El Ayuntamiento respecto de los bienes de dominio público goza de las facultades para: aprovechar en forma total o parcial el bien, siendo tal derecho oponible a tercero, reglamentar su uso, aprovechamiento o la imposición de algún gravamen, otorgar concesiones, según el presente reglamento.

Según la Ley de Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, capítulo III, De la Concesión de Bienes y Servicios Públicos Municipales, Artículo 103. Los bienes y servicios públicos municipales, con excepción de los servicios de seguridad pública y policía preventiva municipal, previa autorización del Ayuntamiento, pueden ser materia de concesión a particulares, sujetándose a lo establecido por esta ley, las cláusulas del contrato de concesión y demás leyes aplicables.

Artículo 112. Los Ayuntamientos pueden revocar las concesiones municipales cuando:
I. Se constate que el servicio público se preste en forma distinta a los términos de la concesión;
II. No se cumpla con las obligaciones que deriven de la concesión o se preste irregularmente el servicio público concesionado;
III. Se constate que el concesionario no conserva los bienes e instalaciones en buen estado de operación, o cuando estos sufran deterioro por la negligencia imputable a aquél, con perjuicio para la prestación eficaz del servicio;
IV. El concesionario deje de contar con los elementos materiales o técnicos para la prestación del servicio público; y
V. En general, por cualquier contravención a las leyes y ordenamientos municipales aplicables.
Artículo 113. Las concesiones caducan:

I. Cuando no se inicie la prestación del servicio público dentro del plazo señalado en la concesión;
II. Cuando concluya el término de su vigencia; y
III. Cuando el concesionario no otorgue en tiempo y forma las garantías que se le fijen para que tenga vigencia la concesión
Artículo 114. La nulidad, caducidad o revocación de las concesiones sobre bienes del dominio público se dictan por la autoridad judicial cuando proceda conforme a la ley, reglamentos o disposiciones del contrato de concesión.

Cuando la nulidad se funde en error, dolo o violencia y no en la violación de la ley, o en la falta de los supuestos de hecho para el otorgamiento de la concesión, ésta puede ser confirmada por el Ayuntamiento tan pronto como cesen tales circunstancias. En ningún caso puede anularse una concesión por alguna de las circunstancias anteriores, después de pasados cinco años de su otorgamiento.

La nulidad de las concesiones de bienes y servicios públicos municipales opera retroactivamente, pero el Ayuntamiento puede limitar esta retroactividad cuando a su juicio el concesionario haya procedido de buena fe.

Propuesta

Algunos antecedentes. La concesión de la Plaza de los Mariachis fue otorgada al Sr. Gustavo Ruíz Velasco en el año 2009, con una duración de 30 años, durante el gobierno de Alfonso Petersen Farah, como Presidente Municipal de Guadalajara.

Ya existía un proyecto de remozamiento de la plaza y sus alrededores, el cual no fue terminado.

Algunas de las acciones que contempla la concesión son:

1. Instalación subterránea del servicio eléctrico.
2. Restauración de fachadas de los comercios que se encuentran en este espacio.
3. Instalación de transformadores.
4. Limpieza diaria del espacio público.
5. El cambio de adoquín de toda la plaza.

Respecto a dicha concesión, los medios de comunicación han dado a conocer que el concesionario ha incumplido, ya que la Plaza de los Mariachis se encuentra en un estado deplorable. Ejemplos de lo anterior son las siguientes situaciones:

- No se ha instalado el servicio eléctrico subterráneo.
- No se llevó a cabo la restauración de las fachadas de los comercios que se encuentran en este espacio.
- No se han instalado los transformadores de luz.

Además, el concesionario administra algunos locales en los que presenta adeudos por servicios municipales, como agua, y otros servicios son evadidos, es el caso de la luz.

En este sentido, la propuesta de mejora regulatoria para la Plaza de los Mariachis de acuerdo con el artículo 112 de La ley de Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco es revocar la concesión por incumplimiento de las obligaciones que derivan de la concesión de dicha plaza.

Además, la modificación del último párrafo del artículo 114 de la misma ley, donde señala que: "La nulidad de las concesiones de bienes y servicios públicos municipales opera retroactivamente, pero el Ayuntamiento puede limitar esta retroactividad cuando a su juicio el concesionario haya procedido de buena fe".

Esto con el fin de que el Ayuntamiento no pueda limitar la anulación o revocación de la concesión cuando a su juicio se haya procedido de buena fe, si no que la anulación o revocación se lleve a cabo solo con la rectificación del incumplimiento de obligaciones, clausulas, o por los demás motivos señalados dentro de los artículos 112 y 113.

6. Anulación del Proyecto *Puerta Guadalajara* en la Zona Metropolitana de Guadalajara

Durante la administración de Alfonso Petersen Farah (2007-2009) salió a la luz uno de los proyectos inmobiliarios más ambiciosos planeados para la ciudad. Al respecto, el 10 de julio de 2008, se publicó en la Gaceta Municipal el decreto que aprobó el Proyecto *Puerta Guadalajara*. Por medio de este instrumento, el Ayuntamiento de Guadalajara cedía una superficie aproximada de 136 mil 495 metros cuadrados pertenecientes al dominio público en la confluencia de Periférico Norte y Calzada Independencia, para la conclusión y realización de dicho proyecto. Cabe señalar que éste acordaba un convenio de Asociación entre el Municipio de Guadalajara y la empresa denominada Mecano América Sociedad Anónima de Capital Variable.

Puerta Guadalajara, de acuerdo con dicho decreto, pactaba la construcción de los siguientes proyectos específicos:

1. Un edificio destinado a Palacio de Congresos, con una superficie construida de 7,860 m2 (siete mil ochocientos sesenta metros cuadrados), con una inversión de 9 millones 825 mil dólares. A su vez, este edificio estaría integrado por un auditorio principal con un aforo de 1500 personas; un auditorio secundario con un aforo de 500 personas, un auditorio divisible, un muelle de carga; además de cafetería, restaurante, salas de comisión, almacén, entre otros.

2. Un edificio de uso cultural identificado como Museo Panamericano, con una superficie construida total de 8,000 m2 (ocho mil metros cuadrados), que comprenderá las superficies destinadas a auditorio, galerías, biblioteca, talleres, cafetería y tienda, área administrativa, áreas de apoyo y foro abierto. Asimismo la construcción de un edificio para albergar una escuela primaria, con superficie total construida de 3,500 m2 (tres mil quinientos metros cuadrados), con capacidad para 300 alumnos, ocho aulas, canchas deportivas, salón de usos múltiples, oficinas administrativas y demás infraestructura que se requiera para la operación de dicho plantel educativo. El costo total de estas dos obras será de 13 millones 39 mil dólares.

3. La completa urbanización de 82,726.90 m2 con una inversión de 19 millones 550 mil dólares, consistente de espacios públicos de jardines, parques, plazas y paseos peatonales, etc.

Adicionalmente, se construirían a favor del Municipio de Guadalajara, en otros predios aledaños al desarrollo *Puerta Guadalajara*, las siguientes obras:

1. Un edificio para albergar un hospital de segundo nivel con una superficie total construida de 3,500 m² y una inversión de 3 millones 430 mil dólares el cual se proponía fuera operado por la Cruz Roja Mexicana.

Finalmente, también se incluía la realización de una serie de acciones en beneficio del municipio, entre ellas:

1. La rehabilitación del edificio del Planetario “Severo Díaz Galindo”, así como el ajardinamiento de su entorno, implementando un jardín botánico en la parte recayente a su fachada, así como la rehabilitación del parque Huentitán con una inversión total de 19 millones 590 mil dólares.

2. La reforestación del parque Zoológico Guadalajara y con una inversión de 100 mil dólares.

Sin embargo, de acuerdo con medios impresos locales, el proyecto fracasó debido a la crisis jurídica que enfrentó el grupo inmobiliario Mecano América, lo que obligó a este último a la venta de casi el 80% de las acciones del macro desarrollo. Además, según una nota publicada en El Informador (2013) el 5 de diciembre de 2012 en el seno de la Comisión de Gobernación, Reglamentos y Vigilancia de Guadalajara, fue aprobado un dictamen que decía:

> "Instruyese y facúltese al síndico municipal para que de manera inmediata inicie los trámites legales correspondientes para dejar sin efectos todos los actos jurídicos celebrados como consecuencia de la aprobación del decreto (que autorizó Puerta Guadalajara), y reclame las consecuencias legales que procedan, así como se incorpore al domino privado del municipio el inmueble afectado" (El Informador, 2013)

Actualmente, la administración municipal a cargo planea la reintegración del proyecto que ahora llevaría por nombre *Iconia Hábitat Urbano*. Cabe mencionar que a diferencia del esquema anterior, el nuevo macro desarrollo no considera la construcción de escuelas ni hospitales. Por el contrario, el proyecto avala la creación de un centro comercial de 81 mil metros cuadrados con 180 locales; 18 torres con 1,875 departamentos, 6 restaurantes, un edificio corporativo y 350 cajones de estacionamiento. Este nuevo concepto correría a cargo del grupo inmobiliario *Promodesa*, que entre sus desarrollos incluye el Centro Comercial Andares y Ciudadela Life Style Center.

Marco jurídico en torno al proyecto

De acuerdo con el *Plan de Desarrollo Urbano Huentitán, Subdistrito 2: Zoológico*, el área de incidencia del proyecto abarca zonas con uso de suelo comercial y de servicios, mixto, de espacios verdes y abiertos y de equipamiento institucional. En este sentido, se considera que el proyecto no es compatible en su totalidad con la zonificación territorial, tampoco ha sido socializado, mucho menos consensuado con la población local.

Aunado a lo mencionado, no existen registros de manifestaciones de impacto ambiental relativas al desarrollo, ni estudios que demuestren la incidencia del mismo en el desarrollo comunitario. Cabe resaltar que en el portal oficial del grupo Inmobiliario Promodesa se menciona el desarrollo Puerta Guadalajara entre su cartera de proyectos, sin embargo, no cuenta con las firmas requeridas para su realización.

Finalmente, respecto al Plan Parcial de Desarrollo Urbano Distrito Huentitán, Subdistrito Zoológico, los posibles proyectos de urbanización que se ubiquen dentro del territorio de este subdistrito, deberán atender a las recomendaciones que en su caso se deriven de los diferentes estudios asociados al proyecto, tales como:

- Estudios de Incidencia Solar (Asoleamientos).
- Mecánica de Suelos.
- Impacto Vial.
- Proyecto de Reforestación.
- Estudios de Riesgos y/o Programa Específico de Protección Civil.

En este sentido, deberá considerarse como prioritario exigir el proyecto de reforestación, con el fin de que el área de amortiguamiento de la mancha urbana se mantenga como tal y no se vean afectados los recursos naturales en las cercanías de la Barranca de Huentitán.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO

FORMATO DE CAPTURA DE PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA ESTATALES Y MUNICIPALES

Destino: Zona Metropolitana de Guadalajara **Entidad Federativa:** Jalisco

Instrumento Jurídico	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
Fideicomiso de Turismo de la Zona Metropolitana de Guadalajara	1996					X			Reingeniería del ejercicio de los recursos, para destinarlos a investigación y desarrollo de infraestructura turística	X	
Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico	2008/ S/F/ 2003 / 2010						X		Prioridad en la rehabilitación del Centro Histórico, como el principal atractivo turístico		Ayuntamientos de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga
Ley de Hacienda del Estado de Jalisco	23 de septiembre de 2000					X			Se propone la creación de fideicomisos municipales en los que tengan injerencia varios sectores de la actividad turística, para que por medio de éstos, el gobierno estatal pueda recaudar y hacerse cargo de la destinación de dicho impuesto, procurando la transparencia, y mejor distribución de la tasa del 3.0%		Congreso de Jalisco

Ley de Impuesto al Valor Agregado	29 de diciembre de 1978	11 de diciembre de 2013				X		Capítulo VI	Aplicación de la tasa 0% para congresos, convenciones, exposiciones y ferias, al efectuarse tanto por organizadores de eventos nacionales como extranjeros		Cámara de Diputados
Reglamento de Patrimonio Municipal de Guadalajara	4 de mayo de 2006	26 de abril de 2012				X		Artículo 112	Anulación de la concesión de la Plaza de los Mariachis a un particular		Ayuntamiento de Guadalajara
Plan de Desarrollo Urbano Huentitán: Sub distrito Zoológico	26 de diciembre de 2011			X					Anulación del Proyecto Puerta Guadalajara (Iconia Habitat Urbano)		Ayuntamiento de Guadalajara
Código Urbano	1 de enero de 2009							Reglamento	Publicar los reglamentos del Código Urbano correspondientes a los diferentes municipios, en este caso, para la Zona Metropolitana de Guadalajara		Congreso de Jalisco
Ley de Turismo del Estado de Jalisco y sus Municipios	8 de octubre de 2012					Artículo 5, fracción XXII			Crear la figura del Procurador de la defensa del turista	Autoridades, Universidad y Empresarios del ramo turístico	

FORMATO DE CAPTURA DE PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA ESTATALES Y MUNICIPALES

PREGUNTAS:

Dentro de una lista de seis, bajo un orden de prelación, señale Usted cuáles son los trámites prioritarios que en su opinión deben mejorarse a efecto de favorecer el proceso de inversión en el sector turístico:

1. **Verificar el origen del capital por invertir en materia de turismo**
2. **Orientación financiera a los inversionistas por medio de FONATUR, a efecto de que no incurran en trámites erróneos**
3. **Asesoría legal para evitar errores en los trámites ante las diversas autoridades y no cometer fraude, delito o daños a terceros o al patrimonio turístico local.**
4. **Estimular al micro y pequeño empresario nacional, con asesoría, financiamiento y capacitación para operar al corto plazo**
5. **Diseñar una Guía de Inversiones que contemple fuentes de financiamiento y los procedimientos de obtención y trámites.**
6. **Contar con una ventanilla única de tramitología**

Desde su punto de vista, cuáles son los tres principales estímulos que el Gobierno Federal/Estatal/Municipal debe promover para fomentar el desarrollo del sector turístico:

Profesionalización del trabajo de los funcionarios públicos en los niveles estatal y municipal, a cargo de la actividad, a través de un proceso de selección con un examen de oposición, currículum vitae y experiencia demostrable.

La Secretaría o la Delegación de Turismo, según el caso, dará directamente solución a las quejas de los turistas afectados por montos superiores a 100 salarios mínimos vigentes en la zona, o daños a su salud causados por ingesta de alimentos descompuestos, por conducto del Procurador de la Defensa del Turista, para no remitir la queja a la Procuraduría Federal del Consumidor.

Otorgar a las Delegaciones o Direcciones Municipales, una proporción de lo que se capte por concepto del 2% a las tarifas de hospedaje, para destinarlo a la investigación y capacitación de comunidades locales.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Instrumentos de Política Turística

Zona Metropolitana de Guadalajara

(Inventario existente y propuestas)

Octubre de 2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN _____ 1

I. Marco jurídico _____ 4

II. Instrumentos de concertación y coordinación institucional _____ 17

III. Instrumentos de financiamiento _____ 21

IV. Instrumentos de promoción y comercialización _____ 21

V. Modelo de Gestión Turística _____ 22

b) Objetivo _____ 23

b) Marco jurídico y financiero _____ 23

VI. Problemática de los municipios en materia turística _____ 24

INTRODUCCIÓN

La mayoría de las políticas públicas que se han emprendido en los últimos años, parecen ser ideales no plasmados en la realidad. Es sabido que un mejor país no se construye de un día para otro, ni de un año al siguiente, se requieren grandes esfuerzos a corto, mediano y largo plazo en materia de planeación para lograr la concurrencia de las políticas públicas. Por ello, se considera que es tiempo de hacer una revisión y actualización de las políticas turísticas para su adecuada aplicación.

Lo cierto es que estos instrumentos tienen que ir acompañados no sólo de objetivos, lineamientos y estrategias, sino de la voluntad de quienes van a ser los responsables de realizar todo esto. Si bien es cierto que compete al municipio en particular, también es verdad que depende de los gobiernos federal y estatal, los que en conjunto ejecuten toda la planeación y determinen el rumbo de las políticas públicas turísticas planteadas.

Muy frecuente se desarrollan obras y se realizan acciones en pro del turismo conforme se van requiriendo o presentando situacionalmente, aunque en muchas de las ocasiones no se tiene una adecuada coordinación entre las instituciones oficiales que se relacionan con la actividad turística, ni se tiene el personal profesional requerido para llevar a la práctica las estrategias propuestas, así como para gestionar y aplicar los planes, programas y proyectos que fortalezcan los destinos vacacionales de México.

La falta de trabajo coordinado entre los organismos públicos y el bajo financiamiento que se destina a los proyectos turísticos, hace que se disminuyan las posibilidades de éxito de los mismos. Por ende, la prioridad debe entonces enfocarse a impulsar las Agendas de Competitividad de los Destinos Turística, que conjunta esta nueva política nacional del sector por la que todos tienen que trabajar.

El actuar de la Secretaría de Turismo federal (SECTUR), del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), de la Comisión Ejecutiva del Turismo (CET)[1], junto con el de la

[1] Esta CET fue creada a favor de la coordinación entre organismos oficiales, y tiene por objetivo conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades de la Administración Pública Federal (SECTUR–Secretaría de Turismo, 2013. *Comisión Ejecutiva de Turismo*. Recuperado de: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Comision_Ejecutiva_de_Turismo).

Secretaría de Turismo del estado de Jalisco (SETUJAL) y el de las Direcciones de Turismo de los gobiernos municipales, debe estar bajo las cuatro directrices de la Política Nacional Turística que se describe a continuación (Presidencia de la República, 2013)[2].

Directrices de la Política Nacional Turística.

- *Primera*: **Ordenamiento y Transformación Sectorial**. La Política Nacional Turística se sumará a los distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales con incidencias en el sector. Para tal efecto, se creará el Gabinete Turístico, presidido por el Titular del Ejecutivo.
- *Segunda*: **Innovación y Competitividad**. Se debe diversificar su oferta en el futuro y consolidar los destinos que ya existen. Aprovechando esta coyuntura para la implementación de un Modelo de Gestión de Destinos.
- *Tercera*: **Fomento y Promoción**. El Estado debe asumir su responsabilidad en la planeación. El fomento y la promoción de los destinos turísticos tiene que ser una acción proactiva, un conductor y facilitador de los esfuerzos privados y de la sociedad.
- *Cuarta*: **Sustentabilidad y Beneficio Social**. Se tienen que crear los instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, que cuide y preserve el patrimonio natural, histórico y cultural; que impulse programas para hacer más accesible el turismo a los visitantes nacionales y extranjeros. Además que el viajar y conocer nuestro país, no debe ser un privilegio, sino una oportunidad al alcance de todos.

El turismo en el estado de Jalisco se encuentra alineado al Programa Nacional de Desarrollo (PND), en el eje *México Próspero*, con los siguientes puntos sectoriales:

1. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

   Consolidando la oferta existente y los proyectos en proceso, así como fortaleciendo la infraestructura y la calidad de los servicios en la captación de nuevas inversiones en desarrollos turísticos, apoyando con procesos constructivos, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos. Incluso imprimiendo en el Programa Nacional de Infraestructura, un claro enfoque turístico.

[2] Presidencia de la República (2013), *Política Nacional Turística México*. Recuperado de: http://www.presidencia.gob.mx/politica-nacional-turistica/

2. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y una eficaz promoción de los destinos turísticos.

   Diseñar una estrategia integral de promoción turística nacional e internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad; así como incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.

   Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y los resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

Han de reconocerse los esfuerzos que en materia de concurrencia de políticas públicas hace la SECTUR, sólo que debería hacerse una revisión y un reforzamiento en la efectiva aplicación de las mismas, de tal manera que permitan lograr la articulación de los proyectos de inversión, las acciones y las estrategias propuestas en la presente agenda de competitividad turística.

De igual forma, continuar con las políticas sectoriales en materia de ordenamiento ecológico del Programa de Turismo Sustentable, a través de la *Agenda 21*, considerando la obligatoriedad de ser ejecutadas en los municipios que integran la Zona Metropolitana d Guadalajara (ZMG).

Se debe seguir con la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad del Turismo; así como promover la vinculación entre los tres niveles de gobierno con empresarios y comunidades locales en aquellas acciones en favor del desarrollo turístico sustentable.

Hay que diseñar un sistema de información estadística de turismo para la ZMG, dada la baja calidad y el desorden que existe al respecto. Asimismo, se sugiere intensificar los trabajos orientados a apoyar la investigación turística aplicada, conjugando recursos entre la SECTUR, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y las universidades localizadas en esta metrópoli. Es conveniente también reforzar y hacer efectiva una amplia cobertura en divulgación, servicios de extensión, desarrollo tecnológico y capacitación de los recursos humanos.

Incluso, hay que revisar la política fiscal, buscando estrategias de beneficio para el sector turístico, así como mecanismos que estimulen las inversiones en el sector, la afluencia turística y el gasto de los turistas, como por ejemplo la exención de impuestos y el otorgamiento de créditos blandos que fomenten la creación tanto

de productos turísticos como de nueva oferta de servicios o ampliación de la misma.

I. Marco jurídico

Dentro del marco jurídico que determina el ámbito de competencia y funciones orgánicas de la SECTUR, se encuentra la siguiente normatividad: constitución política, leyes, códigos, tratados, reglamentos, decretos, acuerdos, disposiciones diversas, declaratorias, normas oficiales, programas, manuales, subsidios, convenios y convenios modificatorios.

Nombre del Documento	Fecha de Publicación de la última actualización
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	19/07/2013
LEYES	
Ley General de Turismo	08/04/2013
Ley Aduanera	09/04/2012
Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público	16/01/2012
Ley de Aeropuertos	21/01/2009
Ley de Amparo	02/04/2013
Ley de Asociaciones Público Privadas	16/01/2012
Ley de Aviación Civil	21/05/2013
Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal	21/05/2013
Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal de 2013.	24/12/2012
Ley de Inversión Extranjera	09/04/2012
Ley de la Propiedad Industrial	09/04/2012
Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación	18/06/2007
Ley de Migración	07/06/2013
Ley de Navegación y Comercio Marítimos	07/06/2013
Ley de Obras Públicas y Servicios relacionados con las Mismas	09/04/2012

Ley de Planeación	09/04/2012
Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles	09/04/2012
Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	28/05/2012
Ley del Servicio Exterior Mexicano	09/04/2012
Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica.	16/04/2008
Ley Federal Anticorrupción en Contrataciones Públicas.	11/06/2012
Ley Federal de Archivos	23/01/2012
Ley Federal de Competencia Económica	09/04/2012
Ley Federal de Derechos	09/04/2012
Ley Federal de las Entidades Paraestatales	09/04/2012
Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado Reglamentaria del apartado b) del artículo 123 Constitucional	03/05/2006
Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria	09/04/2012
Ley Federal de Procedimiento Administrativo	09/04/2012
Ley Federal de Protección al Consumidor	16/01/2013
Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos	15/06/2012
Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental	08/06/2012
Ley Federal del Derecho de Autor	10/06/2013
Ley Federal del Trabajo	30/11/2012
Ley Federal Sobre Metrología y Normalización	09/04/2012
Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos	09/04/2012

Ley General de Asentamientos Humanos	09/04/2012
Ley General de Bienes Nacionales	07/06/2013
Ley General de Cambio Climático.	06/06/2012
Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable	07/06/2013
Ley General de Pesca y Acuacultura Sustentables.	07/06/2012
Ley General de Población	09/04/2012
Ley General de Protección Civil	06/06/2012
Ley General de Vida Silvestre	07/06/2013
Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente	07/06/2013
Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad.	30/05/2011
Ley General para Prevenir, Sancionar y Erradicar los Delitos en Materia de Trata de Personas y para la Protección y Asistencia a las Víctimas de estos Delitos.	14/06/2012
Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos	20/01/2009
Ley Orgánica de la Administración Pública Federal	02/04/2013
Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos	02/05/2013
Ley Sobre la Celebración de Tratados	02/01/1992

CÓDIGOS	
Código Civil Federal	08/04/2012
Código de Comercio	17/04/2012
Código Federal de Procedimientos Civiles	09/04/2012
Código Fiscal de la Federación	12/12/2011
Código Penal Federal	07/06/2013

TRATADOS	
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Belice y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/08/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Federativa de Brasil y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	03/07/1975
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Popular de Bulgaria y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	14/08/1980
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Canadá y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	14/03/1985
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Chipre y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	26/08/1996
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Costa Rica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/12/1981
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Cuba y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	23/04/1982
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de República Dominicana y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	15/06/1984

Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Árabe de Egipto y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	18/06/1992
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de El Salvador y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	28/01/1993
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno del Reino de España y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	03/05/1996
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos de América y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	25/01/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Filipinas y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	08/01/1998
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Guatemala y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	26/05/1988
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Helénica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	29/07/1994
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Honduras y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	27/12/1991
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Hungría y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	18/03/1994

Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de la India y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/01/1998
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Jamaica y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/03/1992
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno del Japón y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	24/05/1979
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Nicaragua y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	04/03/1992
Decreto por el que se aprueba el Convenio de Cooperación en Materia de Turismo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Panamá	16/07/2001
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Rumania y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	07/04/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República Oriental del Uruguay y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	16/03/1995
Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de la República de Venezuela y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos	11/02/1988
Decreto de promulgación del Convenio constitutivo de la Organización Mundo Maya	25/10/1993

REGLAMENTOS	
Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo	17/02/2010
Reglamento de la Ley Federal de Turismo	09/11/1999
Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares	28/11/2000
Reglamento de la Ley Aduanera	28/10/2003
Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público	28/07/2010
Reglamento de la Ley de Asociaciones Público Privadas.	05/11/2012
Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica	24/03/2004
Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras	04/05/2009
Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial	10/06/2011
Reglamento de la Ley de Migración	28/09/2012
Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas	28/07/2010
Reglamento de la Ley de Pesca	28/01/2004
Reglamento de la Ley del Servicio de Tesorería de la Federación	07/05/2004
Reglamento de la Ley del Servicio Exterior Mexicano	15/10/2012
Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales	23/11/2010
Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria	04/09/2009
Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental	11/06/2003
Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor	14/09/2005

Reglamento de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización	28/11/2012
Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos	05/01/1993
Reglamento de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable	21/02/2005
Reglamento de la Ley General de Población	28/09/2012
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Áreas Naturales Protegidas	28/12/2004
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Autorregulación y Auditorías Ambientales	29/04/2010
Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Evaluación del Impacto Ambiental	26/04/2012
Reglamento de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad.	30/11/2012
Reglamento de la Prestación del Servicio Turístico del Sistema de Tiempo Compartido	21/08/1989
Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas	18/06/1986
Reglamento del Código Fiscal de la Federación	07/12/2009
Reglamento del Registro Público de la Propiedad Federal	04/10/1999
Reglamento Interior de la Comisión Ejecutiva de Turismo	08/10/2004
Reglamento para el Uso y Aprovechamiento del Mar Territorial, Vías Navegables, Playas, Zona Federal Marítimo Terrestre y Terrenos ganados al Mar	21/08/1991

Reglamento para la Prestación del Servicio Turístico de Buceo	24/02/1992

DECRETOS	
Decreto por el que se crea el Consejo Consultivo Empresarial para el Crecimiento Económico de México.	25/06/2013
Decreto por el que se crea la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca	05/06/2001
Decreto por el que se crea la Comisión Nacional Forestal	04/04/2001
DECRETO por el que se reforma y adiciona el Artículo Tercero del Decreto por el que se crea el Consejo Consultivo Empresarial para el Crecimiento Económico de México.	25/07/2013
Decreto que establece las bases para el programa de descentralización de las funciones que realiza la Secretaría de Turismo	15/04/1992
Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal.	10/12/2012
Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.	20/05/2013
Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2013.	27/12/2012

ACUERDOS	
Acuerdo de Pleno del Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje emitido en sesión ordinaria del 6 de agosto de 2013, relativo a la modificación del horario de atención de la Oficialía de Partes de dicho Tribunal.	14/08/2013
Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.	10/06/2013
Acuerdo del Tribunal en Pleno emitido en sesión ordinaria celebrada el 5 de marzo de 2013, que establece como días de suspensión de labores del Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje, el veintisiete, veintiocho y veintinueve de marzo del presente año, en la inteligencia de que en esos días no correrán términos.	13/03/2013
Acuerdo mediante el cual se delega en los servidores públicos que se indican, la facultad de representación de la Secretaría de Turismo, en el otorgamiento y firma de los actos e instrumentos jurídicos que en adelante se señalan.	28/09/2009
Acuerdo mediante el cual se ordena concluir el cierre administrativo de las representaciones de la Secretaría de Turismo	23/03/2000
Acuerdo por el que la Secretaría de Turismo establece su domicilio legal para oír y recibir toda clase de notificaciones, acuerdos y documentos.	09/01/2013
Acuerdo por el que se abroga el diverso que creó el Comité de Programas Conjuntos de la Secretaría de Turismo, publicado el 8 de mayo de 1998	19/02/1999
Acuerdo por el que se adscriben Orgánicamente las Unidades Administrativas y Órgano Desconcentrado a que se refiere el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo	19/06/2001

Acuerdo por el que se crea el Centro de Estudios Superiores en Turismo como Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Turismo	16/07/1985
Acuerdo por el que se crea el Comité de Evaluación de Guías de Turistas Especializados	02/12/1998
Acuerdo por el que se crea el Comité para la Transparencia y Combate a la Corrupción en el Sector Turismo.	30/03/2001
Acuerdo por el que se crea el Comité Técnico de Estudios e Investigaciones del Sector Turismo.	02/08/2002
Acuerdo por el que se crea el Consejo Asesor para la Competitividad Turística	02/11/1999
Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo de Turismo	22/05/2008
Acuerdo por el que se crea el Consejo Nacional de Turismo Social	06/08/1997
Acuerdo por el que se crea la Comisión de Descentralización de la Secretaría de Turismo	25/05/1992
Acuerdo por el que se crea, integra y determinan objetivos de la Subcomisión de Temas Sociales de la Comisión Ejecutiva de Turismo	14/06/1999
Acuerdo por el que se crean las comisiones consultivas de establecimientos de hospedaje, campamentos, paradores de casas rodantes y alimentos y agencias de viajes; de guías de turistas; y, de empresas de sistemas de intercambio de Servicios Turísticos y Prestadores de Servicios relacionados con el Turismo	01/07/1994
Acuerdo por el que se crean, integran y determinan objetivos de las Subcomisiones de Inversión Turística, de Infraestructura para el Turismo y de Asuntos Fiscales, así como del Grupo de Trabajo de Cruceros de la Comisión Ejecutiva de Turismo	29/12/1998

Acuerdo por el que se dan a conocer los Trámites inscritos en el Registro Federal de Trámites Empresariales que aplica la Secretaría de Turismo y se establecen diversas medidas de Mejora Regulatoria	21/12/1998
Acuerdo por el que se delega en el Subsecretario de Planeación Turística, la facultad de coordinar funcionalmente al órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Turismo, denominado Centro de Estudios Superiores en Turismo.	30/08/2001
Acuerdo por el que se delegan diversas facultades a los servidores públicos que se indican.	04/07/2013
Acuerdo por el que se delegan facultades en los Titulares de la unidad de Servicios Turísticos y de la Dirección General de Servicios al Turista	02/12/1998
Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización y el Manual del Servicio Profesional de Carrera.	06/09/2012
Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno.	27/07/2012
Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones Generales para la Transparencia y los Archivos de la Administración Pública Federal y el Manual Administrativo de Aplicación General en las materias de Transparencia y de Archivos.	23/11/2012
Acuerdo por el que se establece con carácter de permanente el Programa para la Implementación, Operación y Desarrollo del Sistema Nacional de Información Turística	18/08/1994

Acuerdo por el que se establece el procedimiento para la recepción y disposición de obsequios, donativos o beneficios en general, que reciban los servidores públicos de la Administración Pública Federal.	28/06/2013
Acuerdo por el que se establece la integración y el funcionamiento de los gabinetes.	01/04/2013
Acuerdo por el que se establecen las disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales.	03/10/2012
Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización de Auditorías, Revisiones y Visitas de Inspección.	16/06/2011
Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.	30/07/2013
Acuerdo por el que se establecen modalidades en la prestación del servicio de autotransporte federal de pasajeros y turismo para los efectos de ingreso de unidades vehiculares a dicho servicio	29/04/1996
Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal	28/12/2010
Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.	21/12/2012
Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.	21/11/2012
Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.	22/08/2012

Acuerdo por el que se formaliza la creación, integración y objeto de las Subcomisiones de la Comisión Ejecutiva de Turismo	12/12/1994
Acuerdo por el que se modifica el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.	24/07/2013
Acuerdo por el que se modifica el diverso de fecha 18 de junio de 1996, publicado el 1 de julio de ese mismo año y se adscribe Orgánicamente la Dirección General de Asuntos Jurídicos al Titular de la Secretaría de Turismo	26/01/1998
Acuerdo por el que se reduce el plazo de resolución y se reducen requisitos, para la presentación de trámites ante la Secretaría de Turismo.	17/12/2012
Acuerdo por el que se reforman los artículos 2 y el párrafo segundo del artículo 5 del Acuerdo por el que se Crea el Centro de Estudios Superiores de Turismo, como Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Turismo	17/05/1999
Acuerdo por el que se re-sectoriza el Fondo Nacional de Fomento al Turismo en el Sector coordinado por la Secretaría de Turismo	22/02/2001
Acuerdo que establece las disposiciones de ahorro en la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2002.	28/02/2002

Como puede observarse, la actividad turística está directa o indirectamente normada; sin embargo, es necesario una revisión del marco jurídico y una adecuación a las condiciones de cada destino turístico, para que mediante su aplicación se pueda tener mayor la calidad en la prestación de los servicios y mejores productos turísticos, de tal forma que la ZMG sea más competitiva en la industria de los viajes y la hospitalidad nacional e internacional.

II. Instrumentos de concertación y coordinación institucional

Es claro que sin una efectiva concertación y coordinación interinstitucional, así como entre el sector público con la iniciativa privada y la sociedad, el sistema turístico estatal y local no funcionará de manera apropiada.

Según el Tercer Informe de Labores de la SECTUR, en el 2009, a nivel regional, estatal y municipal, se suscribieron una serie de convenios de coordinación en materia de Reasignación de Recursos Federales, con un monto de 1,485 millones de pesos; los cuales se destinaron a proyectos de infraestructura turística, con aportaciones adicionales por parte de los gobiernos estatales y municipales, beneficiados.

En Jalisco, estos recursos sumaron la cantidad total de 146 millones de pesos para 13 proyectos de infraestructura, que permitió mejorar la oferta turística del estado, al rehabilitar localidades con atracción cultural (tal es el caso de San Juan de los Lagos y Mascota) y natural como Puerto Vallarta. La realización de estos proyectos mejoró, sin duda, la imagen urbana de los cuatro Pueblos Mágicos que en ese entonces tenía la entidad (Tapalpa, Mazamitla, Tequila y San Sebastián del Oeste). Sin embargo, la aplicación de estos recursos no cubrieron las expectativas en cuanto a diversificar el entretenimiento y esparcimiento de los turistas, dado que se tradujeron en acciones desarticuladas.

Para 2013, el gobierno de Jalisco definió, junto con la SECTUR, 12 proyectos turísticos que serán financiados en el estado durante este año, a través del subsidio denominado *Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística*. En este mismo año el monto a invertir será de 86 millones de pesos, aportado en partes iguales por los gobiernos federal y estatal, que servirán para ejecutar diversas intervenciones de mejora urbana, equipamiento, capacitación y diagnósticos de competitividad y sustentabilidad en los municipios de la ZMG; además de los Pueblos Mágicos, Chapala, Cihuatlán y Puerto Vallarta. De la inversión total, 40 millones de pesos estarán concentrados en el plan de señalización turística de la ZMG, que sustituirá y homologará este mobiliario en Guadalajara, Zapopan; Tlaquepaque y Tonalá; el resto se dirigirá a otros municipios turísticos importantes de Jalisco, como: San Juan de los Lagos, Puerto Vallarta, Tapalpa, Mazamitla, Tequila, San Sebastián del Oeste, Chapala, Cihuatlán y Lagos de Moreno.

Los 12 proyectos a ejecutar con el subsidio *Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística* son:

1) VII Etapa Rescate del Centro Histórico y Zonas de Influencia en Puerto Vallarta: 5 millones de pesos.
2) II Etapa del Programa de San Sebastián del Oeste Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.
3) XI Etapa del Programa Tapalpa Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.
4) XI Etapa del Programa Tequila Pueblo Mágico: 3.5 millones de pesos.
5) VIII Etapa del Programa Mazamitla Pueblo Mágico: 4 millones de pesos.

6) II Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana del Centro Histórico de Lagos de Moreno: 8 millones de pesos.
7) Malecón Ecoturístico de Chapala (renovación de imagen urbana de banquetas en avenida Ramón Corona): 3 millones de pesos.
8) II Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana del Corredor Turístico Melaque-Barra de Navidad y acceso público a playas de Cihuatlán: 5.5 millones de pesos.
9) I Etapa de Rehabilitación de Imagen Urbana de Calles Morelos y Buen Viaje, en San Juan de los Lagos: 4 millones de pesos.
10) Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística: 1 millón de pesos.
11) Señalización Turística en ZMG: 4 millones de pesos.
12) Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad de los Destinos (Guadalajara, San Juan de los Lagos, Puerto Vallarta, Tapalpa, Mazamitla, Tequila, San Sebastián del Oeste y Lagos de Moreno): 4 millones de pesos.

Por años, en los programas de turismo se ha venido tratando aspectos relacionados a la *Coordinación Sectorial*, pero, por lo menos en el estado de Jalisco, los resultados han sido pobres. En cuanto al *Desarrollo Institucional e Innovación*, la estructura administrativa de la SECTURJAL es relativamente pequeña para las grandes potencialidades que el desarrollo turístico tiene en el estado. La interacción institucional se considera adecuada, porque esta dependencia estatal responsable de la actividad turística siempre está presente en las mesas de trabajo que se organizan, y en donde se discuten las posibles acciones a emprender entre las distintas instancias públicas, aunque los resultados son mínimos, pues las propuestas no se reflejan en la realidad, todo queda por lo general en buenas intenciones.

Es necesaria una reestructuración o reingeniería de la SECTURJAL y las Direcciones de Turismo municipales de la ZMG, que permita no sólo fortalecer la relación interinstitucional con otras dependencias públicas, como por ejemplo con las encargadas de la promoción cultural, sino también dar seguimiento a los acuerdos, compromisos y estrategias que contribuyan al fomento y desarrollo de la actividad turística en la entidad.

Un aspecto importante que permitiría agregar valor a los trabajos realizados por las instancias de turismo en el estado y los municipios, es la vinculación con las universidades con el propósito de contar con recursos humanos capacitados y de realizar investigaciones y asesorías a los gobiernos, las empresas del ramo y las comunidades locales.

Se propone que las instituciones de educación superior funjan como consultoras para la elaboración de estudios y proyectos, la implementación de nuevos modelos de gestión turística y la generación de información para la toma de decisiones, la mejor aplicación de las inversiones y el ejercicio de presupuestos gubernamentales.

En este mismo marco de colaboración y trabajo inter y multidisciplinario, se sugiere que, a través de un Comité de Turismo de la ZMG, se trabaje de manera conjunta y coordinada con dependencias federales, estatales, municipales y organismos vinculados con el sector turístico, para sumar esfuerzos y recursos financieros en vistas a fortalecer y desarrollar este sector. Históricamente, los trabajos y los esfuerzos que se han efectuado por esta actividad en el estado, han sido muy reducidos e insuficientes para lograr los objetivos propuestos.

En cuestiones de modernidad, se sugiere dotar de nuevo equipo tecnológico a la SECTURJAL y a las Direcciones de Turismo municipales, con el objeto de mejorar y hacer más eficiente sus funciones; así como para ampliar su red de comunicación con cualquier instancia gubernamental, privada y social.

Además, se deberá buscar la vinculación y coordinación con organismos relacionados con el sector turismo y las más prestigiadas universidades de la ZMG; incluso habría que aplicar mecanismos de participación ciudadana con el fin de concientizar y lograr acciones integrales para la mejora del servicio y atención al cliente.

Los retos de la gobernanza en turismo seguirán siendo la obtención de mayor volumen de recursos a efecto de incrementar los proyectos y acciones en pro del turismo, a través de *Convenios de Coordinación y Concertación*, para concretizar las propuestas aquí planteadas. Para ello, es importante la gestión ante el gobierno del estado de Jalisco para el incremento de aportaciones presupuestales orientadas hacia el desarrollo de infraestructura y formulación de nuevos proyectos turísticos. Asimismo, urge implementar un nuevo esquema de cooperación para el desarrollo de nuevos productos turísticos, a través de convenios en materia de Reasignación de Recursos.

Una vez evaluado y analizado los resultados de los programas de Pueblos Mágicos y de Casonas y Haciendas Rurales en la entidad, conviene emprender el desarrollo del turismo alternativo, específicamente el turismo rural y el ecoturismo, dado el potencial existente en la ZMG.

III. Instrumentos de financiamiento

Las sugerencias que se hacen al respecto, son relativas a lo siguiente:

- Incrementar y destinar dentro del presupuesto de los gobiernos estatal y municipal, partidas importantes para el sector turístico, específicamente para capacitación, elaboración de estudios y proyectos, así como para obras de infraestructura turística.

- Realizar convenios de cooperación financiera entre el gobierno estatal, las cámaras y organizaciones privadas, las universidades y las dependencias federales y estatales afines al sector (SEDESOL, SAGARPA, SEMARNAT, TELMEX, PEMEX, etc.), con el fin de sumar sinergias para el crecimiento y desarrollo del turismo.

- Buscar nuevas formas de financiamiento con aquellas fundaciones internacionales y organismos no gubernamentales interesadas en sumarse a los proyectos y trabajos de la SECTURJAL.

- Capacitar al personal de las Direcciones de Turismo Municipales en materia de estrategias para consecución de fondos externos para el sector.

- Implementar convenios con la banca de desarrollo para conseguir financiamientos accesibles para el desarrollo del turismo.

- Analizar mecanismos para la aplicación y el aprovechamiento de las remesas, provenientes de los emigrados al extranjero, en el desarrollo del turismo de sus lugares de origen.

IV. Instrumentos de promoción y comercialización

Con el apoyo del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), se propone elaborar un plan estratégico de mercadotecnia con el propósito de localizar nuevos nichos de mercado para la ZMG, desarrollar estudios y proyectos estratégicos, definir estrategias de promoción y publicidad, entre otros.
Se sugiere también hacer estudios transversales para el fomento y desarrollo del turismo alternativo en la ZMG, y en particular para fortalecer el turismo de congresos y de reuniones.

Incluso, es necesario evaluar el impacto y los resultados de la presencia de las distintas dependencias públicas y organismos privados de la ZMG en ferias,

exposiciones y tianguis turísticos que celebran a nivel nacional como internacional, con la finalidad de que sea más productiva la asistencia a este tipo de eventos y los recursos económicos y los esfuerzos destinados a ellos.

Se considera que para poder realizar una buena estrategia de comercialización del turismo de la ZMG, primeramente se debe de contar con productos diversificados, de calidad y competitivos.

Por último, dos acciones importantes: primero, diseñar un Modelo de Gestión Turística para la ZMG, y segundo, reestructurar los organismos públicos directamente relacionados con el turismo del estado de Jalisco y con los municipios que integran la ZMG. Este modelo se concibe como un instrumento de política turística, mediante el cual deben quedar claro las funciones y responsabilidades de todos los actores que intervienen en la actividad turística.

V. Modelo de Gestión Turística

En la última década se han cuestionado los modelos tradicionales de organización turística, debido a que no cumplen con las demandas de los turistas y las poblaciones locales. Ante esta situación es conveniente construir o diseñar Modelos de Gestión Turística Local que permitan organizar de manera responsable y comprometida a los destinos. De ahí la importancia de la presente propuesta, que surge como respuesta al proyecto de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, que coordina la SECTUR y que busca apoyar la nueva Política Nacional de Turismo, que plantea el Presidente de la Republica para su actual gestión.

La idea es el diseño de un Modelo de Gestión Turística, en el ámbito local, y se enmarca en un conjunto de acciones que llevará a cabo la SECTUR, como el proporcionar a los ayuntamientos de la ZMG de las herramientas necesarias para estimular una mejor organización y una mayor intervención en el diseño y aplicación de las políticas públicas, con miras a lograr un desarrollo turístico equilibrado, sustentable y competitivo para la metrópoli.

a) Justificación

El Modelo de Gestión Turística lo justifican las siguientes razones:

- Por el papel clave que juegan los municipios en el desarrollo turístico, ya que es a nivel local donde el turista produce sus experiencias.

- Por la transversalidad del turismo, que hace necesaria la existencia de una organización que coordine todo lo implicado en la actividad turística.

- Por el cuestionamiento que se hace de las “formas operativas actuales” en el destino objeto de estudio, tanto desde la perspectiva de la eficiencia y métodos de gestión, como desde el aspecto de financiamiento, basado en gran medida de fondos públicos.

- Por la necesidad de nuevas y más fuentes de financiamiento, de acuerdo a las necesidades del destino y con responsabilidades equitativas (principalmente entre gobierno y sector privado).

- Por la búsqueda de un nuevo modelo de turismo organizativo, con fórmulas jurídicas que responsabilicen a los actores involucrados desde sus propias responsabilidades, pero también que logren una mayor eficiencia en los niveles ejecutivos y operativos, para dar respuesta a la competitividad del destino.

b) Objetivo

El objetivo específico de esta propuesta de Modelo de Gestión Turística es el de mejorar los instrumentos de organización, operación y gestión de la política de desarrollo y promoción turística local, para que a partir de este instrumento cada municipio defina el modelo más adecuado a sus necesidades y circunstancias.

b) Marco jurídico y financiero

En nuestro país, el marco jurídico para los municipios que participan en la actividad turística, se fundamenta en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; concretamente en el artículo 25 donde se señala que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional, y el artículo 115 donde define al municipio como una entidad básica para la organización territorial. Además se sustenta en las Leyes de Planeación y de Turismo del estado de Jalisco y sus municipios.

Tal y como lo señala el artículo 115 de nuestra Constitución Política, los municipios tienen las facultades para ejercer la autonomía de autogobernarse y auto-legislarse. El gobierno local además de dotar de infraestructura y prestar servicios básicos (como por ejemplo seguridad pública, agua potable y alcantarillado), tiene bajo su responsabilidades el promover y fomentar el turismo en su territorio, y en particular el conformar nuevos productos y atracciones turísticas. Así pues, los municipios en México al tener la atribución legal de crear

sus propias estrategias y planes de desarrollo para ordenar su crecimiento económico y urbano, pone en evidencia la importancia de este nivel de gobierno, como autoridad ejecutora a escala local.

Sin duda, la actividad turística, por su carácter transversal y su interdependencia con otras actividades, se encuentra influenciada por la reglamentación jurídica de los distintos órganos de gobierno, sean: federales, estatales y municipales.

e) Marco financiero municipal

El sustento actual del sistema de financiamiento de los gobiernos locales es el artículo 115, fracción IV Constitucional, que se refiere a que los municipios administrarán libremente su hacienda, misma que se formará de los rendimientos de los bienes que les pertenezcan, de las participaciones federales y estatales, y los ingresos derivados de la prestación de los servicios públicos a su cargo. El municipio a partir de la reforma constitucional de 1983, en lo que concierne al artículo 115, tiene que enfrentar el reto que signifique una autentica autonomía, revestida de poder y capacidad, frente a la misma estructura política del país. Las nuevas funciones municipales, sin embargo, en la práctica tendrán que ajustarse también a las relaciones de dependencia política y económica tanto con el Estado, como la federación.

La Ley de Hacienda del estado de Jalisco y la Ley de Ingresos de los municipios de la ZMG, son también el fundamento que modela el financiamiento de los ayuntamientos, donde se establecen las bases para la recaudación y la distribución que se hará en gasto público.

VI. Problemática de los municipios en materia turística

a) La diversidad de servicios

El marco de servicios que ofrecen los municipios está definido por los reglamentos aprobados en cabildo. Estos servicios, algunos vinculados con la actividad turística, se pueden agrupar en tres grandes apartados:

1. *Servicios e infraestructura básica*, tienen una gran importancia para la competitividad turística del municipio o destino; entre ellos destacan: ordenamiento del territorio y urbanismo, alumbrado, agua, saneamiento, limpieza, residuos, zonas verdes, calles y avenidas, seguridad pública.

2. *Servicios específicamente derivados del carácter turístico del municipio*: promoción, señalización e información turística, atención al turista,

protección y mantenimiento de los atractivos naturales y culturales (entorno, playas, paisaje urbano, patrimonio edificado por citar algunos).

3. *Otros servicios ordinarios*, que van principalmente destinados a la población residente y tienen escasa o nula incidencia en la actividad turística. Se engloban aquí, por ejemplo: actividades de ocio y deportivos, equipamientos culturales, educación y salud pública.

Los bienes y servicios de inversión privada, se subdividen en:

i. *Servicios básicos,* calificados generalmente como "creados para el turismo" (alojamiento, gastronomía, transporte especializado, tour operadores y agencias de viaje, servicios recreativos, etc.), dado que son necesarios y están estrechamente vinculados al desempeño de esta actividad.

ii. *Servicios complementarios,* son aquellos que están orientados preferentemente a la población local, pero que los turistas también consumen en cantidades significativas, tal como el comercio y los eventos o espectáculos.

La infraestructura y servicios de inversión pública, se diferencia entre:

a. *Los bienes públicos e infraestructuras de carácter general,* imprescindibles para mejorar los índices de competitividad turística de cualquier destino, como por ejemplo: carreteras, autopistas, aeropuertos, energía, salud, seguridad pública y comunicaciones. Estos bienes normalmente son suministrados por la administración pública estatal y federal.

b. *Los servicios públicos locales,* como el ordenamiento urbano, el medio ambiente local, el servicio de agua potable y alcantarillado, la seguridad pública, la recolección de basura y el tratamiento de residuos, la información y atención al turista son generalmente proveídos por la administración pública local.

b) El problema del financiamiento

La mayoría o si no todos los municipios del estado Jalisco, incluyendo algunos de la ZMG, adolecen de un presupuesto suficiente para cumplir, al menos con las necesidades de infraestructura y de servicios básicos que demanda la población local. Por su parte, los municipios con una elevada actividad turística, además de hacer frente a la problemática general de sus comunidades, especialmente en

cuanto a carencia financiera, deben hacer frente a los problemas específicos derivados de su condición turística, como por ejemplo el de tener que prestar servicios de atención a numerosos turistas que, de hecho, a veces multiplica el de la población local, por ejemplo, los gastos imprescindibles para asegurar la competitividad turística, como la promoción e información, el cuidado y mantenimiento del patrimonio cultural, entre otros.

La estacionalidad, muy acusada en muchos destinos turísticos urbanos, como sucede con la ZMG, introduce otro agravante, al tener que sobredimensionar el equipamiento y servicios para atender las necesidades de los turistas en las temporadas altas, aunque estén inutilizados en los periodos bajos.

Las autoridades municipales y estatales presentan problemas de fondo en lo referente a contar con un mayor financiamiento para la promoción del turismo en sus territorios, por las causas siguientes:

- Los criterios restrictivos para que algunos municipios de la ZMG sean considerados como turísticos.

- La utilización del destino como segunda residencia, introduce un efecto negativo en parangón con aquellos municipios que poseen una alta oferta de hospedaje y que captan una mayor derrama económica y fuentes de empleos.

- El sistema financiero de los municipios registra sus ingresos por la recaudación de impuestos, las actividades comerciales, los servicios locales, la venta de activos, así como por las participaciones de los gobiernos federal y estatal.

La importancia que representa el turismo en los municipios de la ZMG, es indiscutible, por la derrama económica y la generación de empleos, no se ve reflejada en los presupuestos que se destinan a los municipios para cumplir de manera satisfactoria la gestión turística en sus territorios; de ahí la necesidad que se otorgue una mayor porcentaje de participación del impuesto al valor agregado (IVA) de los servicios turísticos, al municipio que lo capte.

Finalmente y de acuerdo con la experiencia de otros destinos del mundo, la participación decidida de las instancias de gobierno federal, estatal y municipal es muy importante para establecer una normatividad, un trabajo de planeación interinstitucional, claras estrategias de apoyo económico y de financiamiento para la modernización del sector turístico.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Plan de acción para la

Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
Corredor Turístico "Barranca"	Crear un producto turístico mediante el aprovechamiento de la Barranca del Río Santiago, en su parte correspondiente a la ZMG.	1. Cambiar el estatus legal de la zona a Área Natural Protegida.	• Ayuntamientos de Guadalajara, Zapopan, Tonalá e Ixtlahuacán del Río	Declaratoria aprobada por los distintos cabildos. Publicación en el Periódico Oficial de Jalisco.	Primer trimestre de 2014
		2. Presentar un proyecto ejecutivo.	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Partida presupuestal para realizar los estudios.	Primer semestre de 2014
		3. Realizar estudios de factibilidad, así como una evaluación del proyecto.	• SECTURJAL / SECTUR / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre estas instancias para financiar los estudios.	Transcurso de 2014
		4. Buscar fuentes de financiamiento e inversionistas.	• SECTURJAL / FONATUR	Servicio de calificación de proyectos de FONATUR.	Después de que se apruebe el proyecto
		5. Financiamiento.	• SECTURJAL / SECTUR / Fondo Metropolitano	Destinar una partida del Fondo Metropolitano para la ejecución del proyecto.	2014 / 2015
		6. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Plan maestro y proyecto ejecutivo.	2014 / 2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
Rescate de los Barrios Tradicionales de Guadalajara	Crear un producto turístico con base en los Barrios Tradicionales de Guadalajara.	1. Cambiar el uso de suelo a habitacional – turístico.	• Ayuntamiento de Guadalajara	Modificación del plan parcial de desarrollo urbano.	Primer trimestre de 2014
		2. Modificar los giros comerciales.	• Ayuntamiento de Guadalajara	Modificación del plan parcial de desarrollo urbano.	Primer trimestre de 2014
		3. Hacer el proyecto ejecutivo, diseño arquitectónico y urbanístico, estudios de factibilidad, etc.	• SECTURJAL / SECTUR / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre estas instancias para financiar los estudios.	Primer semestre de 2014
		4. Crear condiciones para la ejecución de proyecto: Mejoramiento de imagen urbana, equipamiento, remozamiento, pinta de fachadas y colocación de señalética.	• Ayuntamiento de Guadalajara / SECTURJAL	Prioridad de acciones en la Secretaría de Obras Públicas de Guadalajara. Destinar señalética específica para los barrios.	Transcurso de 2014
		5. Financiamiento para el proyecto .	• SECTUR / SECTURJAL / Ayuntamiento de Guadalajara / Inversionistas / Habitantes locales	Compromiso de todos los actores para solventar financieramente al proyecto.	2014 / 2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		6. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Guadalajara	Plan maestro y proyecto ejecutivo aprobados.	2014 / 2015
Centro Gastronómico y de Culturas Populares ***«Santa María del Pueblito»***	Crear un centro gastronómico con vocación turística en la localidad de Santa María del Pueblito. Diversificar la oferta turística de la ZMG, particularmente en el municipio de Zapopan.	1. Cambiar el uso de suelo de comercial a turístico.	• Ayuntamiento de Zapopan	Modificación del plan parcial de desarrollo.	Primer trimestre de 2014
		2. Elaborar un proyecto ejecutivo, evaluación del proyecto y plan de negocios.	• SECTURJAL / SECTUR / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre las instancias para la elaboración de dichos estudios.	Primer semestre de 2014
		3. Crear condiciones para la ejecución de proyecto: mejoramiento de imagen urbana, equipamiento, remozamiento, pinta de fachadas y colocación de señalética.	• Ayuntamiento de Zapopan	Dar prioridad a la zona en el plan de trabajo anual de la Dirección de Obras Públicas y Dirección de Servicios Municipales del municipio.	2014
		4. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / SECTUR / CANIRAC Jalisco / Ayuntamiento de Zapopan / Inversionistas	Partida presupuestal asignada por cada uno de los actores.	2014 / 2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		5. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Zapopan	Plan maestro y proyecto ejecutivo aprobados.	2014 / 2015
Rehabilitación del Centro Histórico de Guadalajara	Rehabilitar el Centro Histórico de Guadalajara para posicionarlo como el atractivo turístico más importante de la ZMG.	1. Revisar los planes parciales de desarrollo urbano del Centro Histórico y, en su caso, modificarlos.	• Ayuntamiento de Guadalajara	En su caso, adecuación de los planes parciales de desarrollo.	Primer semestre de 2014
		2. Presentar proyectos ejecutivos que integren a todo el Centro Histórico y a la denominada “Guadalajara Patrimonial”, así como revisar e incluir a los proyectos existentes y aprobados.	• SECTURJAL / SECTUR / Universidad de Guadalajara / FONATUR	Convenio de colaboración entre las instancias para la elaboración de dichos estudios.	2014
		3. Incentivar la inversión inmobiliaria y en negocios con	• Ayuntamiento de Guadalajara	Crear las condiciones necesarias: mejorar el marco regulatorio	2014 – 2016

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		vocación turística y cultural.		y los reglamentos municipales.	
		4. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / SECTUR / Ayuntamiento de Guadalajara / Fondo Metropolitano / Inversionistas / Dueños de fincas / SCT /	Establecer convenios de colaboración entre SECTUR – SECTURJAL. Destinar un recurso anual por parte del Ayuntamiento de Guadalajara y el Fondo Metropolitano etiquetado para el proyecto. Involucrar a dueños de fincas y principales beneficiados por el proyecto a participar en los Consejos de Colaboración Municipal.	2014 - 2018
		5. Ejecución del proyecto.	• Ayuntamiento de Guadalajara / SECTURJAL	Plan maestro, proyectos	2014 - 2018

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
				ejecutivos y financiamiento aprobados.	
Museo de Ciencia y Tecnología	Rescatar el espacio donde se albergaba el Planetario “Severo Díaz Galindo” para construir el Museo de Ciencia y Tecnología.	1. Desincorporar el sitio del proyecto “Iconia Hábitat residencial”.	• Ayuntamiento de Guadalajara	Modificación de los planes autorizados para dicho proyecto por parte del ayuntamiento.	Primer trimestre de 2014
		2. Presentar proyecto ejecutivo y estudio de factibilidad.	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre las instancias para la elaboración de dichos estudios.	Primer semestre de 2014
		3. Compromiso de los actores para desarrollar el proyecto.	• SECTURJAL / CFE / CONACYT	Firma de carta compromiso para la ejecución del proyecto.	2014
		4. Financiamiento de la obra.	• SECTURJAL / CFE / CONACYT	Firma de convenio de colaboración para la ejecución del proyecto “Museo de Ciencia y Tecnología”.	2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		5. Ejecución de la obra.	• SECTURJAL / Gobierno de Jalisco	Plan maestro y proyecto aprobados.	2014 – 2015
Rehabilitación del Centro Histórico de Tonalá	Transformar la imagen del Centro Histórico de Tonalá para que éste se consolide como un producto turístico competitivo.	1. Revisión y, en su caso, modificación de los planes parciales de desarrollo urbano.	• Ayuntamiento de Tonalá	Modificación del plan parcial de desarrollo aprobada.	Primer semestre de 2014
		2. Elaboración del proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad.	• SECTURJAL / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre las instancias para la elaboración de estudios.	2014
		3. Aprobación del proyecto y firma de carta compromiso para desarrollarlo.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Tonalá	Carta compromiso y proyecto autorizado.	2014
		4. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Tonalá / Fondo	Firma de convenio de colaboración	2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
			Metropolitano / Habitantes del Centro Histórico.	para la ejecución del proyecto. Etiquetar partida presupuestal para el proyecto.	
		5. Ejecución del proyecto	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Tonalá	Plan maestro, proyecto y presupuesto aprobados.	2015
Rehabilitación del Centro Histórico de Zapopan	Rehabilitar el Centro Histórico de Zapopan para convertirlo en un atractivo turístico	1. Revisión y, en su caso, modificación de los planes parciales de desarrollo urbano.	• Ayuntamiento de Zapopan	Modificación de los planes de trabajo aprobados.	Primer semestre de 2014
		2. Elaboración del proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Zapopan / Universidad de Guadalajara	Convenio de colaboración entre las instancias para la elaboración de estudios.	2014
		3. Aprobación del proyecto y firma de carta compromiso para desarrollarlo.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Zapopan	Carta compromiso y proyecto autorizado.	2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		4. Financiamiento del proyecto.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Zapopan/ Fondo Metropolitano / Habitantes del Centro Histórico / Inversionistas	Firma de convenio de colaboración para la ejecución del proyecto. Etiquetar partida presupuestal para el proyecto.	2015
		5. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Zapopan	Plan maestro, proyecto y presupuesto aprobados.	2015
Centro de Visitantes y Eventos Especiales ***Palacio de Gobierno ****	Aprovechar el Palacio de Gobierno de Jalisco para la realización de eventos especiales.	1. Gestionar el espacio con el Gobierno de Jalisco.	• SECTURJAL	Convenio de colaboración para la utilización del Palacio de Gobierno como sede de eventos especiales.	Primer semestre de 2014
		2. Dar promoción y difusión de este espacio como sede de eventos.	• SECTURAL / OFVC de Guadalajara	Inclusión en el programa de acción anual de dicho organismo.	Primer semestre de 2014
Museo del Mariachi, Tequila y Charrería *	Crear un atractivo turístico con base en los elementos de la mexicanidad.	1. Revisión y, en su caso, modificación de los planes parciales de desarrollo urbano.	• Ayuntamiento de Guadalajara	Plan parcial de desarrollo aprobado.	N/A
			• SECTURJAL	N/A	N/A

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
		2. Elaboración de proyecto ejecutivo y estudios de factibilidad.			
		3. Analizar fuentes de financiamiento.	• SECTURJAL / SECTUR	N/A	N/A
		4. Financiar el proyecto.	• SECTURJAL / SECTUR	Convenio de coordinación para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo turístico.	Aprobado en 2013 por un monto de 55 MDP
		5. Ejecución del proyecto.	• SECTURJAL	Proyecto y presupuesto aprobados.	2013 -2015
Hotel temático y Plaza Multiuso El Centenario *	Crear un atractivo turístico bajo la temática de la charrería.	1. Buscar inversionistas.	• SECTURJAL	N/D	2014
		2. Crear condiciones para la inversión en dicho proyecto.	• Ayuntamiento de Tlaquepaque	Incentivos a la inversión.	2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	TEMPORALIDAD
Corredor Gastronómico-Hotelero Lafayette *	Consolidar un corredor de servicios turísticos competitivo en la ZMG.	1. Etiquetar una partida en el presupuesto 2014.	• Ayuntamiento de Guadalajara • SECTURJAL	Inclusión del proyecto en el presupuesto 2014 aprobado.	2013
		2. Crear una sinergia con los empresarios de la zona	• SECTURJAL	Convenio de colaboración.	2014
***** Proyectos presentados en el estudio denominado “Programa de Desarrollo Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara” (FONATUR, 2013)					

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Recomendaciones para la planeación, la movilidad y el ordenamiento territorial de la Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 1

1. RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, LA MOVILIDAD Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL 1

2. RECOMENDACIONES SOBRE LA GESTIÓN Y GOBERNABILIDAD 5

3. LA GESTIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) 6

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 9

INTRODUCCIÓN

Existen políticas para la planeación, la movilidad y el ordenamiento territorial de Guadalajara. Estos esfuerzos surgen desde mediados del Siglo XX debido al crecimiento desordenado de Guadalajara y su zona metropolitana. En los años setenta se creó una Comisión de Planeación Urbana del municipio de Guadalajara que se enfocaba en el tema de la *metropolización* y el crecimiento en la ciudad. Más recientemente, en el 2006, el Congreso del Estado inició una discusión sobre las reformas metropolitanas, y también se creó un fondo metropolitano. En el 2007, se realizó un foro sobre el desarrollo metropolitano y la sustentabilidad de la capital del estado de Jalisco y su zona metropolitana. En el 2009, se presentaron dos iniciativas, una de ellas fue el Código Urbano que entró en vigor en 2009; la otra iniciativa, fue la Ley de Coordinación Metropolitana del estado de Jalisco, que fue vetada por el ejecutivo federal. Además, se creó el Observatorio Metropolitano de Guadalajara, entre muchos otros esfuerzos (Hernández y Ramírez, 2011).

Todos estos esfuerzos del gobierno, junto con la iniciativa privada y la sociedad, han tenido como objetivo principal, el que Guadalajara y la zona metropolitana mejoren la infraestructura de movilidad, el ordenamiento territorial, la redensificación del espacio, la adecuada dotación de infraestructuras básicas, y otros aspectos que, en la actualidad, dificultan la calidad de vida de los habitantes debido al desarrollo urbano desordenado de las últimas décadas. En este documento se presentan 15 recomendaciones específicas sobre el tema. Además, se presentan tres recomendaciones generales sobre la forma en que Guadalajara y su zona metropolitana debe ser gestionada y tres recomendaciones sobre la gestión de la Secretaría de Turismo que inciden en la planeación, movilidad y ordenamiento del territorio.

1. RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, LA MOVILIDAD Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL

I. Que se reconozca en la legislación estatal los derechos y las obligaciones de todos aquellos que hacen uso de las vías de movilidad: peatones, ciclistas, motociclistas y usuarios de vehículos de cuatro ruedas. Además, se deben de generar proyectos que disminuyan la dependencia del vehículo privado y mejoren la calidad del transporte público.

II. Que los gobiernos estatales y municipales actualicen y modernicen los marcos normativos que establecen las disposiciones para la construcción y diseño de infraestructura para obra pública; de tal forma que se busque una

movilidad integral. Esto debe de incluir el establecimiento de un porcentaje de infraestructura para movilidad que no sea para usuarios de transporte de cuatro ruedas, este aspecto tiene que ser obligatorio en los planes de desarrollo de Guadalajara y del resto de municipios que integran su zona metropolitana.

III. Que a través de un enfoque multidisciplinario se revisen, mejoren o cambien las propuestas existentes en materia de movilidad sustentable para contribuir a renovar el marco jurídico sobre el transporte. Es de particular interés un diagnóstico adecuado sobre la eficacia del transporte, la seguridad y comodidad de los usuarios y del conductor, el uso de tecnologías que disminuyan la contaminación que generan las unidades, así también acerca de sistemas de gestión del tiempo para mejorar la prestación del servicio y ofrecer tarifas accesibles.

IV. Que se gestione la asignación de un porcentaje fijo anual en el presupuesto de egresos del estado de Jalisco, para invertir en aspectos relacionados con la movilidad. Además, es necesario que la Secretaria de Turismo de Jalisco proponga una partida presupuestal para dotar, por ejemplo, de información, señalización y mapas en más de un idioma, de tal manera que asegure que los sistemas de transporte sean amigables para los turistas nacionales e internacionales que visitan la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

V. Que se promueva una mayor participación ciudadana que permita construir un acuerdo social sobre la gestión sustentable del territorio y la movilidad de la ZMG. Particularmente, se sugiere la participación de prestadores de servicios turísticos e investigadores del sector turístico, para que emitan su opinión sobre la incorporación de la gestión turística en la gestión del territorio y la movilidad de la ciudad.

VI. Que se apliquen los instrumentos normativos vigentes para que no siga el crecimiento irracional de la ZMG; esto puede contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural con el que cuenta cada municipio que integran esta zona.

VII. Que los municipios de la ZMG ejecuten, en base a los instrumentos normativos ya existentes, las acciones que establece el ordenamiento ecológico local. Además, en caso de disputas entre los municipios de la

ZMG, se sugiere que se realicen más estudios técnicos sobre la sustentabilidad ambiental del territorio y el ordenamiento ecológico.

VIII. Que se incremente el presupuesto público destinado al mejoramiento del espacio público accesible. Esto debe de incluir, por ejemplo, la mejora de los espacios peatonales y la eliminación de obstáculos; además de la mejora del estado de las banquetas para permitir el libre tránsito de personas con movilidad limitada. Estas medidas contribuirán a que la ZMG sea también un espacio turístico accesible y atractivo para los turistas.

IX. Que se generen espacios públicos y áreas verdes. Asimismo, se debe de tomar en cuenta que las viviendas estén ubicadas a una distancia relativamente corta de los espacios públicos, como jardines y parques.

X. Que el uso de suelo contribuya a que los individuos puedan satisfacer sus distintas necesidades. Esto es, planificar para usos de suelo mixtos, con un óptimo balance entre vivienda, comercio, parques, espacios abiertos accesibles y servicios. Se debe considerar también que las viviendas estén cerca de los lugares de trabajo.

XI. Que se realice un análisis sobre el ordenamiento ecológico local para ayudar a limitar la expansión urbana. La ZMG deben de convertirse en una urbe más compacta. Es importante que esta demarcación contribuya también a que los turistas pierdan menos tiempo y dinero, y por tanto, puedan visitar más lugares turísticos durante su estancia.

XII. Que se invierta para transformar las colonias y se les dote de equipamientos comunitarios para fortalecer el tejido social y los usos mixtos del suelo, a través de la ejecución de los planes parciales de urbanización y planes de población de cada municipio. Esto puede contribuir al mejoramiento de la imagen urbana en general de la ZMG.

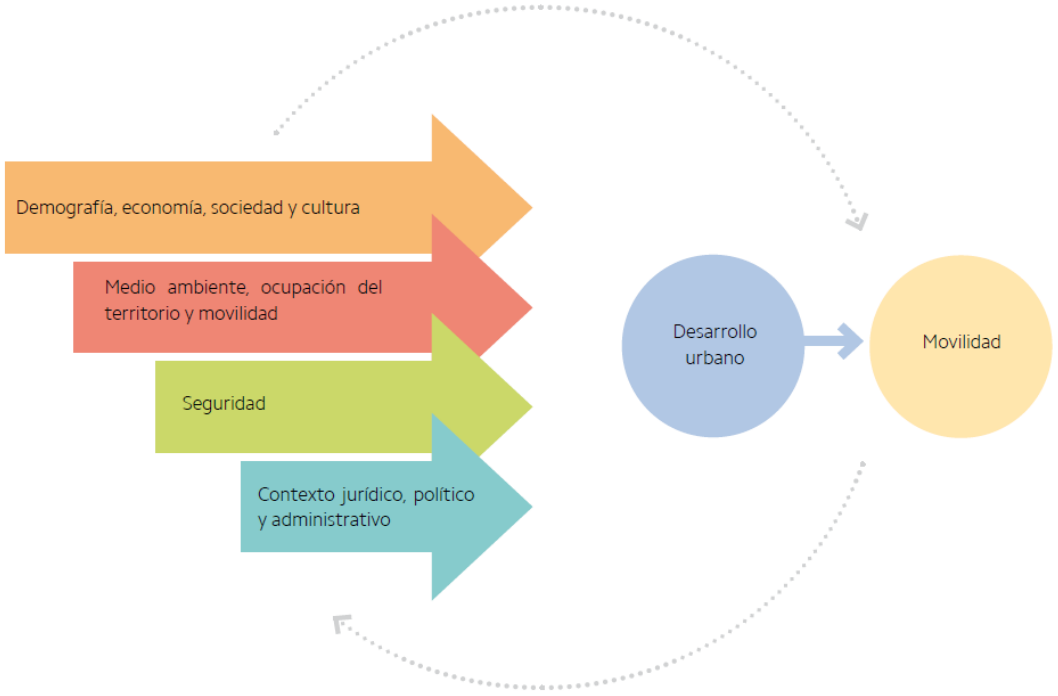
XIII. Que se desincentive la especulación inmobiliaria que adquiere suelo barato en la periferia (terrenos ejidales) para construir conjuntos habitacionales, pues han generado una urbanización alejada de la ciudad. Se requiere vincular las nuevas estructuras urbanas con el entorno y el espacio metropolitano a través de una adecuada vialidad, porque sus habitantes tienen que enfrentar altos costos de transporte, aislamiento de su hábitat, y lejanía de las fuentes de trabajo, entre otros problemas.

XIV. Que exista una mayor integración metropolitana en asuntos tales como: el agua, el manejo de los residuos sólidos y el uso eficiente de la energía. Esto se puede hacer tomando en cuenta los planes parciales de desarrollo de cada municipio y el Programa Intermunicipal de Desarrollo Urbano.

XV. Que en la planeación urbana exista una participación ciudadana real para el mejoramiento en la implementación efectiva de los proyectos y planes urbanos. Los gobiernos deben de identificar las demandas de la comunidad para que las iniciativas de planeación urbana sean realmente relevantes y suficientes para la comunidad.

En suma, se recomienda un análisis integrador para la planeación, movilidad y ordenamiento territorial de la ZMG que incluya el análisis de cuatro aspectos fundamentales: 1) demografía, economía, sociedad y cultura; 2) medio ambiente, ocupación del territorio y movilidad; 3) seguridad; y 4) contexto jurídico, político y administrativo (véase Figura 1.). Las mejoras en la planeación urbana, la movilidad y el ordenamiento territorial pueden contribuir a tener una ciudad con mayor calidad de vida que contribuya a que los visitantes y turistas experimenten una estancia placentera en la ciudad.

Figura 1. Análisis integrador con eje en la movilidad y el desarrollo urbano



Fuente: Medina, *et al.* 2012: 50.

2. RECOMENDACIONES SOBRE LA GESTIÓN Y GOBERNABILIDAD

México no tiene leyes que busquen la asociación de municipios, y aunque se han creado instituciones metropolitanas, éstas no parecen estar bien coordinadas. Existe un problema de poder político y de gestión de recursos económicos que genera disputas para gobernar los municipios de la ZMG, esto provoca que los municipios se vean como rivales y no como copartícipes en la búsqueda del bien común (Hernández y Ramírez, 2011).

Además, en las áreas metropolitanas, como la de Guadalajara, existe una superposición de poderes en donde muchas acciones se empalman o generan efectos sobre lugares diferentes a los de su competencia (Chavoya y Rendón, 2010). Esto sucede, por ejemplo, cuando se analizan aspectos de movilidad y transporte público. Ya que muchos usuarios viven en un municipio, pero dependen del servicio de transporte de otro municipio porque su lugar de trabajo se encuentra alejado de su casa.

En el caso específico de la planeación urbana, uno de los problemas principales es que muchas veces se trata de una moda política y no de una necesidad social. Los gobiernos cambian sus intereses, no existe continuidad en las propuestas, ni congruencia de programas y manejo de recursos. Más aún, los actuales gobiernos no son capaces de anticiparse a los problemas, y por tanto, las soluciones llegan casi siempre tarde (Bazant, 2001). Es por ello que se recomienda:

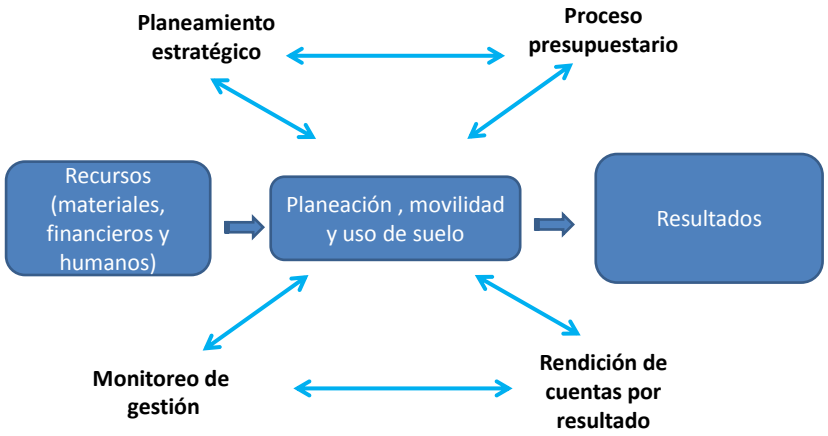
i. Que se aplique un enfoque integral de gestión en donde los municipios verdaderamente se asocien y trabajen en conjunto en busca de objetivos comunes, incluyendo los aspectos de movilidad y ordenamiento territorial, entre otros.

ii. Que la gestión de la ciudad y la gestión turística no se conceptualicen de forma independiente. Los municipios de la ZMG no deben de ver al sector turismo como un sector económico más que se gestiona de forma autónoma. Se recomienda entonces aplicar modelos de gobernabilidad que han sido exitosos en otros lugares, como el caso de Barcelona, España, en el que el modelo turístico es coherente con el modelo de ciudad; “la gestión de las actividades de turismo urbano no se pueden disociar del marco conceptual y operativo de la gestión de la ciudad” (Serra, 2010: 17).

iii. Que se apliquen mecanismos de control, eficiencia, coordinación, y colaboración de las entidades metropolitanas en las que los municipios se

asuman como promotores de desarrollo (Chavoya y Rendón, 2010), incluyendo el desarrollo de la actividad turística. Se sugiere hacer uso de un modelo de gestión por resultados. Este modelo propone que la administración de los recursos públicos se centre en el cumplimiento de las acciones estratégicas definidas en el plan de gobierno, en un periodo de tiempo determinado (véase Figura 2.).

Figura 2. Modelo de gestión por resultados en los organismos de la administración pública nacional.



Fuente: Adaptado de Makón, 2000: 4.

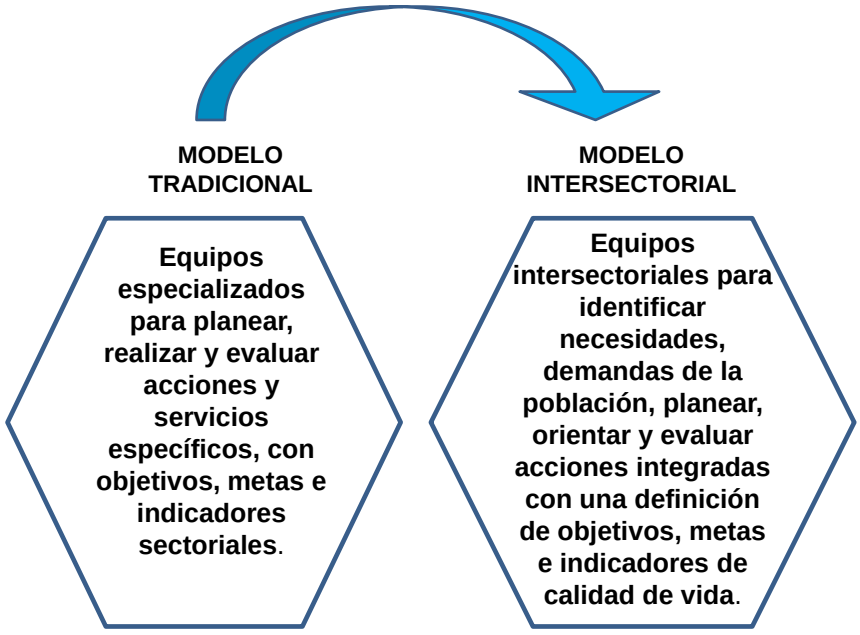
3. LA GESTIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR)

La Ley General de Turismo (Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, 2009) explícitamente reconoce que la actividad turística es transversal y que se necesita de la coordinación con otras dependencias y entidades para el desarrollo del turismo sustentable en diversos aspectos, como el ordenamiento turístico del territorio, y las declaratorias de zonas de desarrollo turístico sustentable, entre otros aspectos. Sin embargo, se recomienda que la SECTUR:

a. Incorpore de manera efectiva estrategias de intersectorialidad en la planificación de sus políticas, pero también es necesario que la

intersectorialidad se aplique en la ejecución de esas estrategias. Entonces, se sugiere revisar la organización del trabajo de la SECTUR para el adecuado funcionamiento de los equipos intersectoriales, en el sentido de que contribuyan a mejorar su gestión (véase Figura 3.).

Figura 3. Modelo de transición de la organización de trabajo de un modelo tradicional a un modelo en busca de la intersectorialidad.



Fuente: Adaptado de Cunill, 2005:14.

b. Evalúe su gestión, ya que, por ejemplo, en el 2010 la Auditoria Superior de la Federación realizó una auditoria a la SECTUR, en la que se verificó que esta dependencia gubernamental incumplió al no haber formulado las reglas y procedimientos para establecer el ordenamiento turístico del territorio. Este ordenamiento se considera un instrumento fundamental de la política turística bajo el enfoque social y ambiental, cuya finalidad es conocer el uso de suelo y las actividades productivas que se realizan en él, con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos en todo el país (Auditoria Superior de la Federación, 2010).

c. Utilice una parte de los recursos del fondo sectorial SECTUR-CONACYT para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo, de tal manera que se genere conocimiento que ayude a reforzar las capacidades de gestión de la SECTUR, con el propósito de contribuir a que esta secretaria pueda trabajar más eficiente en materia intersectorial y, a su vez, perseguir que en el mediano plazo México vuelva a ser un destino turístico competitivo a nivel mundial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Auditoria Superior de la Federación (2010). Informe del resultado de la fiscalización superior de la cuenta pública. Auditoria realizada a la Secretaria de Turismo, en: planeación, regulación y desarrollo de la sustentabilidad turística. Auditoria de desempeño: 10-0-21100-07-0084. DE-218. México. Recuperado de: http://www.asf.gob.mx/Trans/Informes/IR2010i/Grupos/Desarrollo_Economico/2010_0084_a.pdf

Bazant, J. (2001). Lineamientos para el ordenamiento territorial de las periferias urbanas de la ciudad de México. *Papeles de Población, 27*, 223-239. Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Cámara de Diputados del Congreso de la Unión (2009). *Ley General de Turismo*. México. Recuperado de: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14944/LEY_GENERAL_DE_TURISMO.pdf

Chavoya, J.I. y H.J. Rendón (2010). Áreas metropolitanas, competencias, capacidades y procesos, hacia una gobernabilidad y gobernanza eficaz; La Bahía de Banderas, México. Documento presentado en el VI Congreso Internacional Ciudad y Territorio Virtual, organizado por la Universidad Autónoma de Baja California y el Centro de Política de Suelo y Valoraciones de la Universidad Politécnica de Cataluña. Recuperado de: http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/12826/1/05_Chavoya_Jorge

Cunill, N. (2005). La intersectorialidad en el gobierno y gestión de la política social. Documento presentado en el X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública de Santiago de Chile. República Dominicana.

Hernández, E. y A. Ramírez (2011). El débil cimiento legal de las políticas y el estado en la zona metropolitana de Guadalajara. Debates actuales. En E. Hernández y J.B. Chapa (Eds.).*Transformaciones recientes en la zona metropolitana de Guadalajara. Economía, gobierno y resistencia social.* Universidad de Guadalajara. México.

Makón, M.P. (2000). El modelo de gestión por resultados en los organismos de la administración pública nacional. Documento presentado como ponencia en el V Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública. República Dominicana.

Medina, S., J. Veloz, A. Iracheta y J. Iracheta (2012). *Planes integrales de movilidad. Lineamientos para una movilidad urbana sustentable.* Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo de México. México.

Serra J. (2010). Síntesis del plan estratégico de turismo de la ciudad de Barcelona, 2015. Documento presentado en el XV congreso AECIT-CANARIAS. Dinámicas de transformación del turismo en el S. XXI. España.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Resultados de la encuesta a prestadores de servicios turísticos en la Zona Metropolitana de Guadalajara

Octubre de 2013

CONTENIDO

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA 1

II. ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA 2

PARTE 1: GENERALES 2

PARTE 2: OFERTA TURÍSTICA 4

PARTE 3: DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA 8

PARTE 4: SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA 9

PARTE 5: FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN 11

PARTE 6: ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA 12

PARTE 7: SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA 14

PARTE 8: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 15

PARTE 9: GESTIÓN DEL DESTINO 17

PARTE 10: TIC´S E INFORMACIÓN AL TURISTA 18

PARTE 11: COMPETENCIA 20

PARTE 12: PREGUNTAS DE OPINIÓN 22

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

El levantamiento de encuestas se realizó durante el mes de septiembre de 2013 a los diferentes prestadores de servicios turísticos establecidos en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Cabe señalar que la muestra fue de corte selectivo, mediante citas pre-establecidas. En porcentajes, el resultado se expresa como sigue:

TABLA 1. TOTAL DE ENCUESTAS POR GIRO EN LA ZMG (Porcentaje)

Giro de Actividad	Total	%
Hospedaje	18	24.7
Agencias de viajes	22	30.1
Alimentos y bebidas	20	27.4
Otros	10	13.7
NE	3	4.1
Total	**73**	**100.00**

II. ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

PARTE 1: GENERALES

Pregunta 4. Empleos generados durante el último año según destino turístico

TABLA 2. EMPLEOS GENERADOS DURANTE EL ÚLTIMO AÑO	
Giro de Actividad	**ZMG**
Asalariados	1871
Empleadores	461
Cuenta propia	4
Ocasionales	32
Corto plazo	0
Estacionales	125
Fuera del establecimiento	41
Total	**2,534**

TABLA 3. ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO (Porcentaje)			
ASPECTOS GENERALES	**SI**	**NO**	**TOTAL**
Cuenta con uniforme para cada área de actividad	65.3	34.7	100.0
Ha cumplido con alguna NOM en el último año	42.9	57.1	100.0
Cuenta con agenda de servicio	67.6	32.4	100.0
Dispone de reglamentos y/o manuales internos	79.2	20.8	100.0
Da a conocer a sus empleados medidas de seguridad necesarias	95.8	4.2	100.0
Realizó subcontrataciones en el último año	34.8	65.2	100.0
Su negocio ha hecho más competitiva la oferta de servicios en su destino en comparación con otros destinos	90.1	9.9	100.0
El volumen de sus gastos influye en la calidad de su servicio	72.2	27.8	100.0
Su productividad es mayor debido al tipo de empleado	90.3	9.7	100.0

Con base en las preguntas que se hicieron para conocer el detalle de los gastos que el negocio realiza, se preguntó cuál es el rubro que mejor describe su balance entre ingresos y gastos. Las respuestas, según destino turístico fueron:

TABLA 4. CALIFICACIÓN DEL BALANCE	
Equilibrado	52.1
Negativo	4.2
Positivo	43.6
Total	**100**

PARTE 2: OFERTA TURÍSTICA

¿Cómo califica el servicio que se presta en los siguientes lugares de su destino?

TABLA 5. CALIFICACIÓN DEL SERVICIO QUE SE PRESTA SEGÚN TIPO DE LUGAR (Porcentaje)

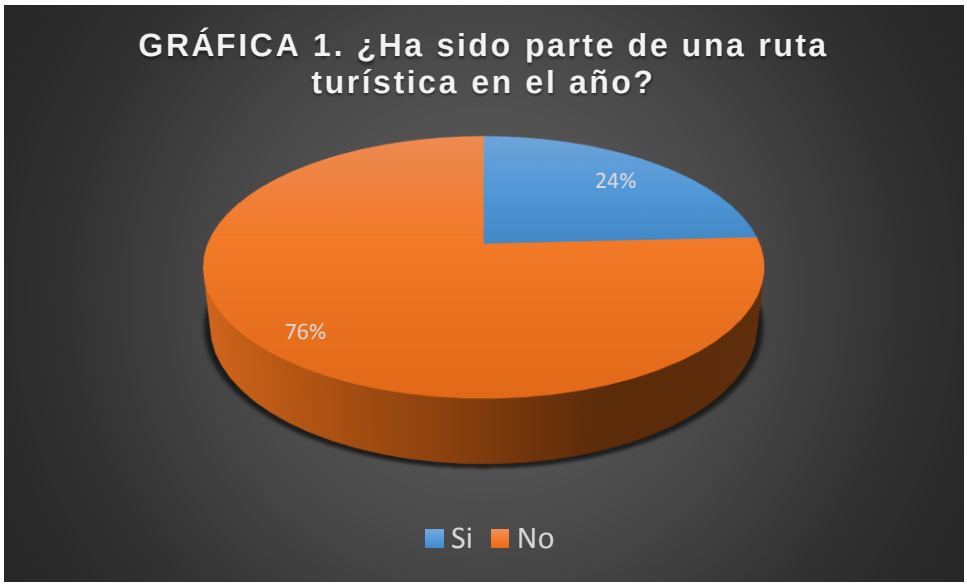
Lugar de su destino	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NC	Total
Museos	8.6	55.7	27.1	2.9	1.4	4.3	100.0
Monumentos	5.7	42.9	35.7	8.6	4.3	2.9	100.0
Restaurantes	17.1	72.9	8.6	0.0	0.0	1.4	100.0
Bares	14.3	55.7	22.9	0.0	1.4	5.7	100.0
Agencias de viajes	12.9	47.1	27.1	5.7	1.4	5.7	100.0
Zonas arqueológicas	12.9	27.1	27.1	12.9	11.4	8.6	100.0
Alojamiento	37.1	48.6	12.9	1.4	0.0	0.0	100.0
Patrimonio cultural	28.6	48.6	14.3	4.3	0.0	4.3	100.0
Establecimientos comerciales	32.9	48.6	17.1	1.4	0.0	0.0	100.0
Casas de cambio	17.1	40.0	25.7	14.3	0.0	2.9	100.0
Discotecas	10.5	34.3	31.3	3.0	3.0	17.9	100.0

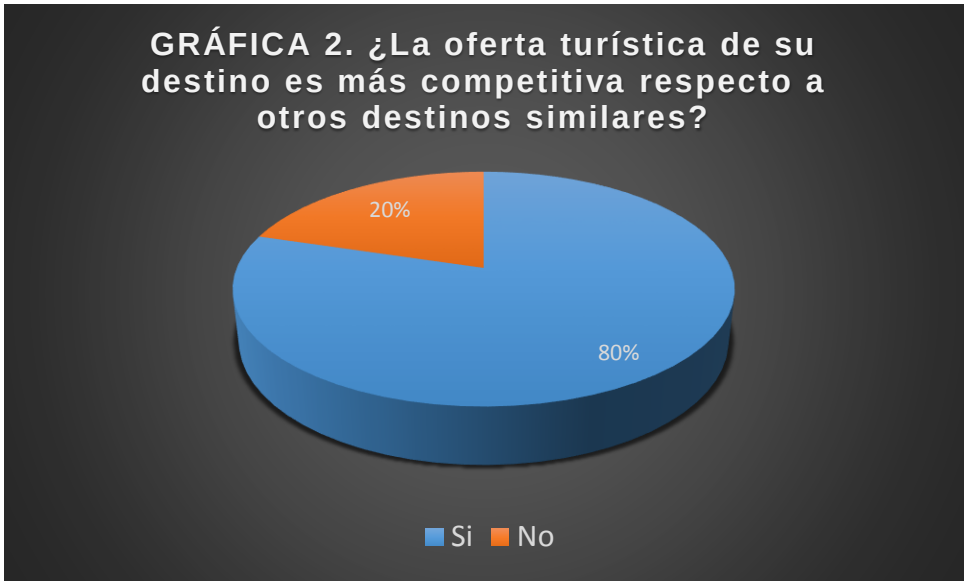
TABLA 6. PORCENTAJE DE TURISTAS QUE ATIENDE SEGÚN TIPO DE TURISMO Y TEMPORADA (Porcentaje)

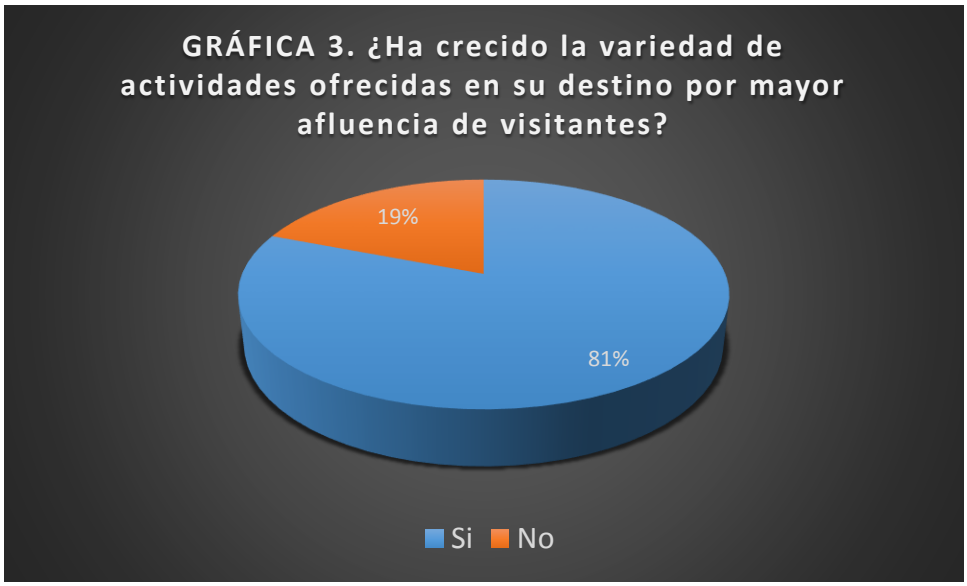
Turismo Interior	
Alta	42.8
Baja	50.5
Turismo Nacional	
Alta	42.6
Baja	38.5
Turismo Internacional	
Alta	24.3
Baja	22.2

TABLA 7. EVALUACIÓN DEL TIPO DE ACTIVIDADES OFRECIDAS EN SU DESTINO (Porcentaje)							
Tipo de actividad	**Excelente**	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**Pésimo**	**No Sabe**	**Total**
Actividades de servicio de comidas	35.7	55.7	8.6	0.0	0.0	0.0	100.0
Actividades de servicio de bebidas	28.6	55.7	14.3	0.0		1.4	100.0
Actividades de juegos de azar y apuestas	11.6	33.3	18.8	2.9	2.9	30.4	100.0
Parques de atracciones y temáticos	15.9	29.0	36.2	11.6	5.8	1.5	100.0
Actividades de operadores turísticos	15.7	48.6	24.3	2.9	1.4	7.1	100.0
Actividades recreativas, artísticas y de entretenimiento	27.1	52.9	14.3	2.9	1.4	1.4	100.0
Alquiler de equipo recreativo y deportivo	4.4	37.7	24.6	5.8	1.5	26.1	100.0
Museos y conservación de lugares y edificios históricos	18.8	40.6	34.8	1.5	4.4	0.0	100.0
Jardines botánicos, zoológicos, y reservas naturales	20.0	44.3	25.7	7.1	1.4	1.4	100.0

TABLA 8. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE OFRECE SU NEGOCIO (Porcentaje)			
	Si	**No**	**Total**
Internet	72.5	27.5	100.0
Teléfono fijo	78.6	21.4	100.0
Teléfono público	42.0	58.0	100.0
Estacionamiento	63.8	36.2	100.0
Caseta de control	19.1	80.9	100.0
Valet Parking	20.3	79.7	100.0


GRÁFICA 1. ¿Ha sido parte de una ruta turística en el año?
24%
76%
Si
No


GRÁFICA 2. ¿La oferta turística de su destino es más competitiva respecto a otros destinos similares?
20%
80%
Si
No


GRÁFICA 3. ¿Ha crecido la variedad de actividades ofrecidas en su destino por mayor afluencia de visitantes?
19%
81%
Si
No

PARTE 3: DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

TABLA 9. DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA (Porcentaje)

Pregunta	Si	No	Total
¿Mantiene relaciones de compra-venta con empresarios del mismo destino de diferente giro?	79.7	20.3	100.0
¿La distribución actual de los beneficios económicos generados por el turismo son adecuados?	44.1	55.9	100.0
¿El uso del capital invertido para nuevos proyectos se ha usado para mejorar los servicios en su destino?	47.1	52.9	100.0
¿El mercado laboral en su destino permite a su población lograr un nivel de bienestar aceptable?	40.0	60.0	100.0
En el último año, ¿se ha elevado el salario promedio de los que se dedican al turismo?	40.9	59.1	100.0

PARTE 4: SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

TABLA 10. ALGUNAS RESPUESTAS SOBRE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA (Porcentaje)

Pregunta	Si	No	Total
Inscrito al Registro Nacional de Turismo	69.6	30.4	100.0
Sujeto al cumplimiento de algunas normas ambientales	62.9	37.1	100.0
Pagó por el manejo, transportación o confinamiento de residuos sólidos	56.1	43.9	100.0
Cuenta con algún certificado de calidad ambiental	35.3	64.7	100.0
Ha implementado mejoras que le permitan ahorrar energía en el último año	72.5	27.5	100.0

TABLA 11. TIPO DE CONTAMINACIÓN QUE HA NOTADO EN AUMENTO O DISMINUCIÓN DURANTE EL ÚLTIMO AÑO

Tipo de contaminación	Aumento	Disminución	Total
Agua	85.5	14.5	100.0
Aire	85.3	14.7	100.0
Suelo	87.3	12.7	100.0
Acústica	89.6	10.5	100.0
Lumínica	82.3	17.7	100.0

TABLA 12. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA. PARTE II			
Pregunta	**Si**	**No**	**Total**
¿Ha notado disminución y/o pérdida de biodiversidad en su destino?	75.0	25.0	100.0
¿Cuenta con un programa de separación de desechos?	61.5	38.5	100.0
¿Considera que el cuidado al medio ambiente eleva la afluencia de visitantes?	92.8	7.3	100.0
¿Ha notado mayor afluencia de visitantes debido al cuidado del medio ambiente?	43.9	56.1	100.0
¿Estaría dispuesto a invertir en equipo y/o procesos para mejorar el medio ambiente?	80.9	19.1	100.0
¿Considera que con la infraestructura actual, se cuida la calidad ambiental de su destino?	26.1	73.9	100.0

TABLA 13. TABLA CALIFICACIÓN SOBRE ALGUNOS RUBROS DE EDUCACIÓN Y CONSERVACIÓN (Porcentaje)							
Personal activo	**Excelente**	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**Pésimo**	**NC**	**Total**
Educación ambiental del personal activo	8.8	51.5	27.9	5.9	5.9	0.0	100.0
Educación ambiental de la comunidad	0.0	29.4	41.2	19.1	8.8	1.5	100.0
Conservación del patrimonio cultural	4.4	41.2	33.8	13.2	7.4	0.0	100.0
Conservación del patrimonio natural	0.0	18.2	42.4	25.8	12.1	1.5	100.0

PARTE 5: FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

TABLA 14. NÚMERO DE EMPLEADOS CON QUE CUENTA LA EMPRESA SEGÚN NIVEL DE ESCOLARIDAD (Porcentaje)	
ZMG	
Primaria	208
Secundaria	406
Media superior	384
Superior	362
Total	**1360**

TABLA 15. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA FORMACIÓN Y LA CERTIFICACIÓN (Porcentaje)			
Ofrece capacitación	**Si**	**No**	**Total**
Ofrece capacitación	81.7	18.3	100.0
Realiza encuestas para conocer la satisfacción de clientes	78.3	21.7	100.0
¿Qué utiliza para medir la satisfacción de sus clientes?			
Formato simple	84.9	15.2	100.0
Buzón de quejas y sugerencias	59.1	40.9	100.0
Cuaderno de sugerencias	31.6	68.4	100.0
Otro	81.4	18.6	100.0
Con la capacitación actual se aprovecha el potencial	55.0	45.0	100.0

TABLA 16. SU NEGOCIO ES MÁS PRODUCTIVO POR EFECTO DE: (Porcentaje)				
Rubro	**Muy de acuerdo**	**De acuerdo**	**Indiferente**	**Total**
Grado de estudios de los empleados	34.4	34.4	31.2	100.0
Capacitación en temas turísticos	57.4	24.6	18.0	100.0
Conocimientos de idiomas	43.3	28.3	28.3	100.0
Atención de quejas y sugerencias	68.3	25.0	6.7	100.0

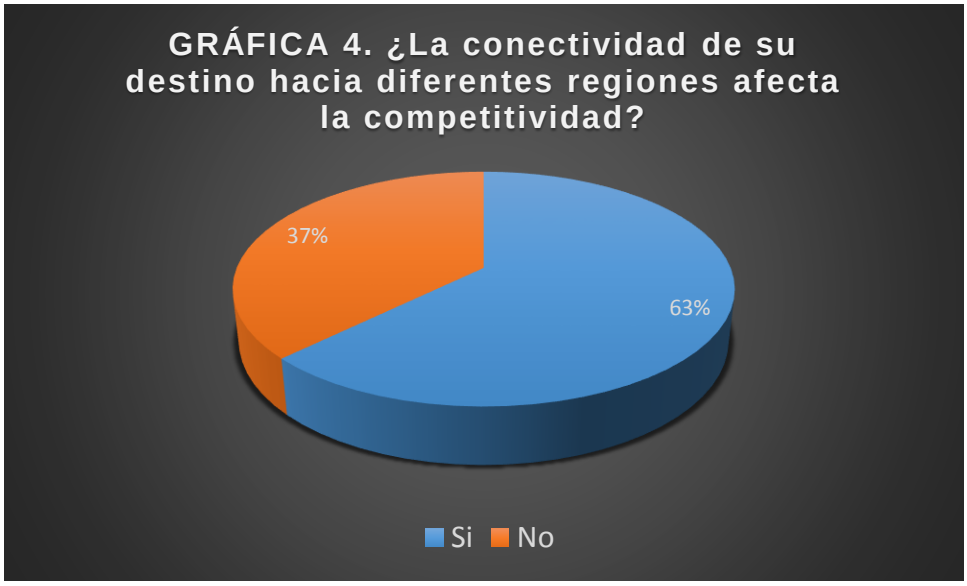
PARTE 6: ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

TABLA 17. ¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS EN EL ÚLTIMO AÑO? (Porcentaje)

Formas de transportación	Mejora	Deterioro	NS/NC	Total
Aéreos				
Vuelos regulares	56.7	26.9	16.4	100.0
Aeronaves privadas	21.9	18.8	59.4	100.0
Acuático				
Líneas de pasajeros y transbordadores	20.9	14.0	65.1	100.0
Cruceros	31.7	12.2	56.1	100.0
Yates	16.7	21.4	61.9	100.0
Terrestre				
Ferrocarril	21.7	43.3	35.0	100.0
Autobuses	66.2	27.9	5.9	100.0
Taxis	61.2	34.3	4.5	100.0
Otros	33.9	41.5	24.6	100.0

TABLA 18. ¿CÓMO CALIFICA LA CONECTIVIDAD ENTRE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE SU DESTINO AL EXTERIOR? (Porcentaje)

Medio de transporte	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NC	Total
Aéreos	25.0	44.1	25.0	1.5	0.0	4.4	100.0
Terrestres	19.1	41.2	20.6	2.9	1.5	14.7	100.0


GRÁFICA 4. ¿La conectividad de su destino hacia diferentes regiones afecta la competitividad?
37%
63%
Si
No

PARTE 7: SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA

TABLA 19. FRECUENCIA CON LA QUE LOS DELITOS AFECTAN AL TURISMO EN SU DESTINO (Porcentaje)

Tipo de delito	Muy frecuentemente	Regularme	Ocasional	Nunca	Total
Asalto a mano armada	74.7	9.9	14.1	1.4	100.0
Robo	76.1	15.5	7.0	1.4	100.0
Delitos contra la salud	64.3	18.6	11.4	5.7	100.0
Homicidios dolosos	52.1	23.9	19.7	4.2	100.0
Secuestros	56.3	22.5	16.9	4.2	100.0
Extorsión	69.0	14.1	11.3	5.6	100.0

TABLA 20. IMPACTO DE LA SEGURIDAD PATRIMONIAL Y FÍSICA EN EL TURISMO (Porcentaje)

Tipo de situación	Si	No	Total
La incidencia delictiva ha sido un problema en el último año	95.8	4.2	100.0
Cuenta con protocolos de manejo de situaciones de riesgo	60.6	39.4	100.0
Cuenta con algún sistema de seguridad en su negocio	68.6	31.4	100.0
La implementación de estos sistemas han mejorado su servicio	72.4	27.6	100.0
La atención en salud es suficiente en una situación de riesgo	37.1	62.9	100.0
La percepción de la seguridad reduce el turismo en el último año	84.5	15.5	100.0

TABLA 21. CÓMO CALIFICA LA CANTIDAD DE ELEMENTOS POLICIACOS EN SU DESTINO (Porcentaje)

Calificación	ZMG
Excesiva	1.5
Suficiente	18.8
Insuficiente	76.8
Inexistente	2.9
Total	**100.0**

PARTE 8: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

TABLA 22. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Porcentaje)			
Preguntas sobre promoción y comercialización	**Si**	**No**	**Total**
¿Realizó inversión durante los últimos 12 meses?	78.9	21.1	100.0
¿Ofrece paquetes de servicios?	75.7	24.3	100.0
¿Ha crecido la demanda por la implementación de paquetes de descuentos?	69.8	30.2	100.0
¿Está asociado a algún Touroperador?	43.3	56.7	100.0
¿Utiliza la variedad cultura y/o gastronómica local para mejorar el servicio?	65.7	34.3	100.0
¿Ha recibido apoyo de algún programa del sector público?	15.9	84.1	100.0
¿Tiene acceso a los insumos necesarios para realizar su actividad adecuadamente?	94.2	5.8	100.0
¿La promoción de su destino permite que éste sobresalga respecto a otros destinos?	84.7	15.3	100.0

Una vez que a la empresa se le preguntó si realizó alguna inversión durante los últimos 12 meses, se les preguntó posteriormente cuál fue la principal fuente de recursos que le permitió llevar a cabo esa inversión. Las respuestas se distribuyeron como sigue. La columna “FRECUENCIA” muestra el número de empresas que contestaron la opción que se describe.

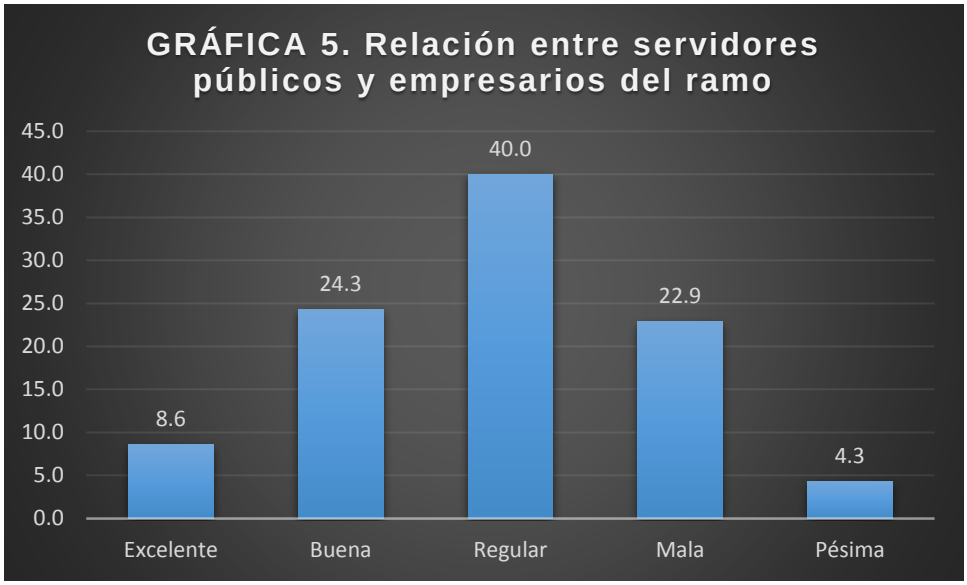
TABLA 23. PRINCIPAL FUENTE DE RECURSOS QUE LE PERMITIÓ LLEVAR A CABO LA INVERSIÓN REALIZADA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (Porcentaje)	
Tipo de fuente de recursos	**Frecuencia**
a) Crédito de alguna institución financiera	5
a) Crédito de alguna institución financiera, b) Crédito de proveedores, c) Recursos propios	1
a) Crédito de alguna institución financiera, c) Recursos propios	3
b) Crédito de proveedores	1
b) Crédito de proveedores, c) Recursos propios	1
c) Recursos propios	41
Ganancias	2
Préstamo	1
Ventas	1
Total general	56

TABLA 24. CALIFICACIÓN DE RUBROS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Porcentaje)						
Rubro	**Excelente**	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**Pésimo**	**Total**
Acceso a crédito de la banca comercial	11.9	46.3	29.9	11.9	0.0	100.0
Banca de desarrollo	1.7	43.3	38.3	16.7	0.0	100.0
Facilidad para iniciar un negocio en su localidad	1.5	19.4	44.8	28.4	6.0	100.0
Nivel de retorno de la inversión inicial	3.1	36.9	47.7	9.2	3.1	100.0
Acceso a servicios básicos	11.6	63.8	23.2	0.0	1.5	100.0
Promoción del destino al que pertenece	4.4	46.4	31.9	10.1	7.3	100.0
Coordinación con organismos turísticos regionales	7.8	40.6	28.1	15.6	7.8	100.0

PARTE 9: GESTIÓN DEL DESTINO

TABLA 25. ASPECTOS GENERALES SOBRE GESTIÓN DEL DESTINO (Porcentaje)			
Gestión del destino	**Si**	**No**	**Total**
¿Tiene contacto con la dirección de turismo regional o estatal?	57.1	42.9	100.0
¿Se cuenta con algún comité u organización de turismo sustentable?	30.8	69.2	100.0
¿Considera que el presupuesto asignado a su destino favorece iniciativas de alto impacto?	28.6	71.4	100.0
¿Se han implementado iniciativas para regularizar el comercio ambulante?	58.0	42.0	100.0

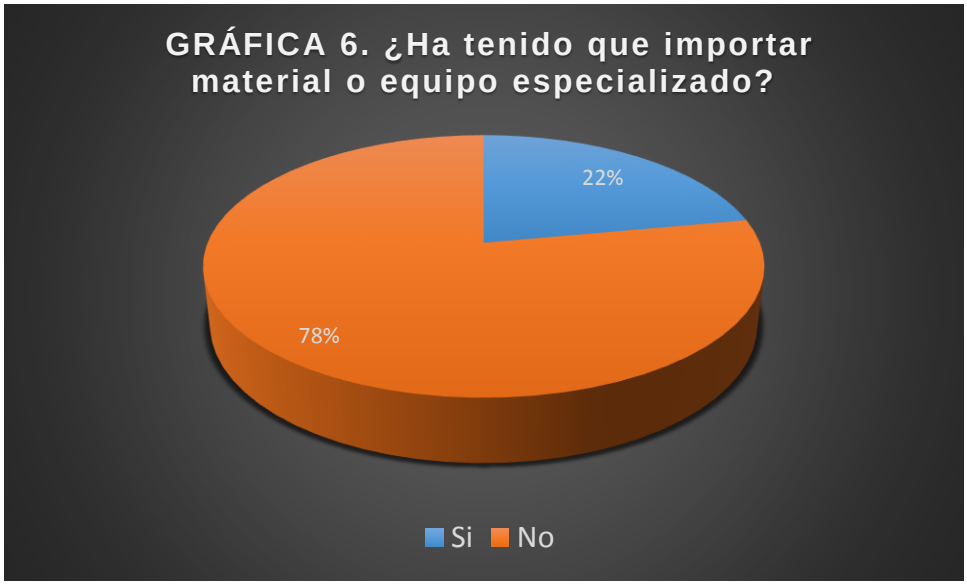
Las respuesta a la pregunta sobre ¿Cómo calificaría la relación entre los servidores públicos y los empresarios del ramo turístico para atraer visitantes? Se contestó lo siguiente:



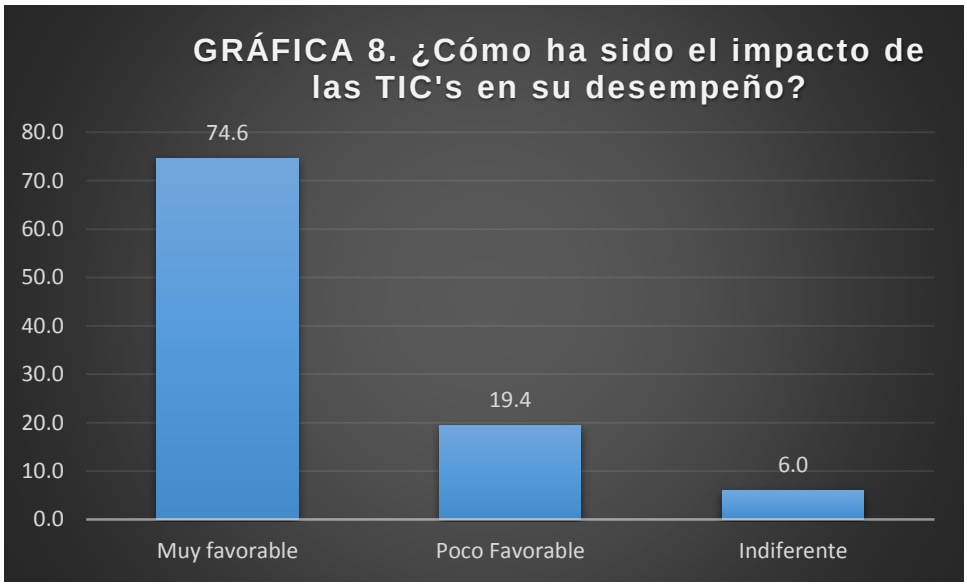
PARTE 10: TIC´S E INFORMACIÓN AL TURISTA

TABLA 26. RUBROS UTILIZADOS PARA DAR A CONOCER SU PRODUCTO (Porcentaje)			
Rubro	**Si**	**No**	**Total**
Página de internet	85.3	14.7	100.0
Facebook	89.7	10.3	100.0
Twitter	57.4	42.7	100.0
Material impreso	91.2	8.8	100.0
Promoción vía telefónica	57.4	42.7	100.0
Contacto personal	89.7	10.3	100.0

TABLA 27. INVERSIONES REALIZADAS EN EL ÚLTIMO AÑO (Porcentaje)			
Tipo de tecnología	**Si**	**No**	**Total**
Computadoras	66.2	33.8	100.0
Software especializado	51.5	48.5	100.0
Banda ancha	59.7	40.3	100.0
Intercomunicadores	30.3	69.7	100.0
Cajas de cobro electrónico	21.5	78.5	100.0




GRÁFICA 7. La promoción de su destino ha permitido que sobresalga?
30%
70%
1
2


GRÁFICA 8. ¿Cómo ha sido el impacto de las TIC's en su desempeño?
80.0
70.0
60.0
50.0
40.0
30.0
20.0
10.0
0.0
74.6
19.4
6.0
Muy favorable
Poco Favorable
Indiferente

PARTE 11: COMPETENCIA

TABLA 28. UTILIZACIÓN DE FORMAS DE PAGO (Porcentaje)						
Forma de pago	**Siempre**	**Casi siempre**	**Regularme**	**Ocasionalmente**	**Nunca**	**Total**
Tarjeta de crédito/débito	38.2	29.4	20.6	2.9	8.8	100.0
Efectivo	44.9	30.4	8.7	8.7	7.3	100.0
Vales	1.5	1.5	3.0	4.5	89.6	100.0
Transferencias electrónicas	19.4	11.9	25.4	13.4	29.9	100.0
Cheques	16.7	7.6	10.6	22.7	42.4	100.0

TABLA 29. ASPECTOS SOBRE COMPETENCIA (Porcentaje)			
Competencia	**Si**	**No**	**Total**
¿Ha tenido que bajar sus precios por caídas en la demanda?	46.4	53.6	100.0
¿Se han establecido más competidores en el mismo giro?	92.8	7.3	100.0
¿Su actividad está siendo o puede ser sustituida por otro servicio?	33.8	66.2	100.0
¿Debido a esto ha tenido que bajar sus precios?	30.0	70.0	100.0
¿Utiliza campañas de promoción de marketing?	72.1	27.9	100.0
¿Exporta su producto/servicio?	9.8	90.2	100.0
¿Se ha visto afectado por la informalidad?	48.5	51.5	100.0
¿Debería de haber acuerdos en términos de competencia?	92.5	7.5	100.0

TABLA 30. ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA MEJORA DE SU ACTIVIDAD Y LA PROMOCIÓN DE LAS UTILIDADES (Porcentaje)			
Áreas	**Si**	**No**	**Total**
Capacitación	79.4	20.6	100.0
Apoyar la sustentabilidad turística	69.4	30.6	100.0
Mejorar servicios públicos	77.6	22.4	100.0
Diversificar la oferta de servicios	66.7	33.3	100.0
Accesibilidad a su zona turística	51.0	49.0	100.0
Fortalecer el producto turístico	78.6	21.4	100.0
Otra	23.3	76.7	100.0

TABLA 31. ORDEN EN QUE CADA UNO DE LOS SIGUIENTES FACTORES INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD DE SU DESTINO						
Factor determinante	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Total**
Precio	24.6	20.3	21.7	31.9	1.5	100.0
Calidad	37.7	34.8	17.4	4.4	5.8	100.0
Estrategia de promoción	5.8	27.5	30.4	34.8	1.5	100.0
Prestigio del destino	27.9	13.2	27.9	27.9	2.9	100.0
Otro	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0

TABLA 32. ¿CONSIDERA QUE LA COMPETENCIA ENTRE EMPRESAS DEL MISMO DESTINO HA FOMENTADO QUE SE INCREMENTE… ? (Porcentaje)			
Rubro	**Si**	**No**	**Total**
Calidad de los productos turísticos	92.7	7.2	100.0
Innovación de la oferta de productos	89.5	10.4	100.0
La segmentación del mercado	80.6	19.4	100.0

PARTE 12: PREGUNTAS DE OPINIÓN

TABLA 33. PREGUNTAS DE OPINIÓN (Porcentaje)					
Pregunta	**Muy de acuerdo**	**De acuerdo**	**Indiferente**	**En desacuerdo**	**Muy en desacuerdo**
Mi destino turístico se ha mejorado en el último año y se ha posicionado sobre otros de la misma región	5.7	50.0	18.6	21.4	4.3
Las instituciones locales se preocupan por el cuidado del medio ambiente	1.4	37.1	15.7	38.6	7.1
Los servicios públicos de recolección de basura son eficientes	1.5	29.0	13.0	46.4	10.1
La oferta turística ha dejado satisfecho al visitante	8.6	54.3	18.6	17.1	1.4
Los visitantes regresan por el excelente servicio que se les brinda	15.7	57.1	17.1	8.6	1.4
Hemos innovado en la clase de actividades que preparamos para los turistas	5.7	47.1	17.1	28.6	1.4
Pienso que en el futuro mi destino contará con mejores servicios de transporte	11.4	55.7	11.4	14.3	7.1

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

Semblanza curricular del equipo de trabajo

Octubre de 2013

SEMBLANZA CURRICULAR

Responsable técnico:

Salvador Gómez Nieves

Profesor e investigador de carrera titular del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Ciencias con especialidad en Planeación Turística por el Instituto Politécnico Nacional. Obtuvo el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, posgrado inscrito en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT, nivel de Competencia Internacional. Actualmente es Jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del CUCEA y forma parte del Sistema Nacional de Investigadores.

Responsables:

Ana Cecilia Reyes Uribe

Profesora e investigadora titular del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Hotelería Internacional y Administración Turística en la Universidad de Schiller, Inglaterra, y la Maestría en Dirección y Gestión Turística en la Universidad de Alicante, España. Obtuvo el Doctorado en Ecología Humana por la Universidad de Alberta, Canadá.

Irene Huertas Valdivia

Profesora huésped e investigadora del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió Turismo y Ciencias del Trabajo en la Universidad de Granada, España, donde también obtuvo la Maestría en Economía y Organización de Empresas; actualmente se encuentra cursando el Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales. Especialista Dirección y Gestión Hotelera por la Universidad Alfonso X El Sabio de Madrid, ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad en las cadenas hoteleras AC y Marriott International.

Roberto Moreno Ortiz

Profesor-Investigador de la Universidad de Guadalajara y Profesor de Postgrado de diversas Universidades privadas en los estados de Nayarit, Sinaloa y Baja California, México. Es geógrafo con especialidad en Desarrollo Regional. Cursó la Maestría en Administración con Especialidad en Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales de inversión. Obtuvo el Doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad por la Universidad de Guadalajara. Realizó una estancia doctoral en la Universidad Autónoma de Barcelona, España, en el año 2011, cursando las especialidades en Políticas Públicas y Sociales.

José Manuel Quintero Villa

Profesor-Investigador titular A del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Organización Profesional de Congresos y Eventos en la Universidad de Sevilla, España. Doctorante en Gestión y Desarrollo Turístico por la Universidad de Málaga, España. Es consultor de empresas turísticas.

Pablo Sandoval Cabrera

Profesor- Investigador de tiempo completo titular del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió la Licenciatura y Maestría en Economía con especialidad en economía de la empresa. Obtuvo el Doctorado en Crecimiento y Desarrollo Sostenible en la UNED, en España. Actualmente, estudia el Doctorado en Ciudad, Territorio, Sustentabilidad. Es consultor y conferencista.

Martha Rosalía Sánchez López

Profesora en materias del área turística y cultural y Coordinadora de los Diplomados para la Acreditación como Guías de Turistas del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Estudió un Master en Gestión Cultural: Turismo, Patrimonio y Naturaleza en el Instituto

Ortega y Gasset, en Madrid, España y el Doctorado en Historia del Arte y Gestión Cultural en el Mundo Hispanoamericano de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España, del que actualmente realiza la Tesis doctoral.

Alejandro Ruíz Rizo

Profesor e investigador de tiempo completo en el Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Cursó la Maestría en Ciencias con especialidad en Planificación Turística por el Instituto Politécnico Nacional. Pasante del Doctorado en Gestión Turística por la Universidad de Málaga, España.

Jorge Alberto Trujillo Bretón

Profesor e investigador del Departamento de Historia de la Universidad de Guadalajara. Obtuvo el Doctorado en Ciencias Sociales por El Colegio de Michoacán y su línea de investigación es la historia del delito en Jalisco, siglos XIX y XX. Actualmente es miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

Asistentes de investigación:

Lic. Andrea Rodríguez Pulido.

Lic. Blanca Carolina Robles Hernández.

Mtra. Brenda Susana Briseño Rocha.

Geog. Javier Ezau Pérez Rodríguez.

Lic. José Luis Castillo López.

Mtra. Karina Melisa Rodríguez Bocanegra.

L.U.M.A. Samuel Martínez Barba.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

MTRO. ITZCÓATL TONATIUH BRAVO PADILLA
Rector de la Universidad de Guadalajara

Dr. Salvador Gómez Nieves
Director General del Proyecto

Colaboradores
Dra. Ana Cecilia Reyes Uribe
Dr. Carlos Rogelio Virgen Aguilar
Dra. Irene Huertas Valdivia
Dr. Jorge Alberto Trujillo Bretón
Dra. Martha Rosalía Sánchez López
Dr. Pablo Sandoval Cabrera
Dr. Roberto Moreno Ortiz
Mtro. Alejandro Ruíz Rizo
Mtra. Brenda Susana Briseño Rocha
Mtro. José Manuel Quintero Villa
Mtra. Karina Melisa Rodríguez Bocanegra
Lic. Andrea Rodríguez Pulido
Lic. Blanca Carolina Robles Hernández
Lic. Javier Ezau Pérez Rodríguez
Lic. José Luis Castillo López
Lic. Samuel Martínez Barba

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA

HÉCTOR FLORES SANTANA
Director General

Eduardo Camacho Ibar
Socio-Director

Armando Mújica Romo
Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo
Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores
Vanessa Anaya Elizalde
Marnye Caldera Blanquet
Gabriela Cervera Hernández
Cristian Juárez Godínez
Luis Miguel Lugo Cuellar
Arturo Muñoz Canales
Martha Palacios Vera
Rodolfo Pérez Álvarez
Inocente Reyes Mejía
José Luis Romero Espejel
Sergio Valderrama Herrera
José Luis Zúñiga Vázquez
Rodrigo de la Rocha Félix
Emiliano González Lozada

Contacto:
www.gemes.com.mx
gemes@gemes.com.mx

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PIENSA Y TRABAJA

gemes
Grupo Empresarial Estrategia