

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



FONATUR
MÉXICO UN GRAN DESTINO



El Salto



Guadalajara



Juanacatlán



Tlaquepaque



Zapopan

PROGRAMA DE DESARROLLO DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA, ESTADO DE JALISCO



MEMORIA, VERSIÓN TÉCNICA Capítulo 7: Proyectos Turísticos Detonadores



Centro de Estudios de Urbanismo y Arquitectura, S. A. de C. V.
Cracovia No. 72, Col. San Angel C. P. 01000 México, D. F. Tels. (55)5550•0373 5550•4301 Fax (55) 5550•3643
www.ceura.com.mx e-mail: ceurasa@prodigy.net.mx ceurasa@yahoo.com.mx

CONTENIDO

7.....	858
PROYECTOS TURÍSTICOS DETONADORES.....	858
7.1. Selección de los Proyectos	859
7.2. Cartera de Proyectos Turísticos	862
7.2.1. PE1: Centro de Visitantes y Eventos Especiales en el Palacio de Gobierno (ZET 1)	864
7.2.2. PE2 (= PD2): Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería (ZET 1)	867
7.2.3. PE3: El Centenario – Centro Turístico Folklórico y Hotel Temático (ZET 2)	870
7.2.4. PE4: Corredor Gastronómico Hotelero López Cotilla (ZET 3)	875
7.2.5. PE5: Paseo Cultural del Carmen (ZET 7)	877
7.2.6. PE6 (= PD3): CREAT – Centro Regional de Artesanías de Tonalá (ZET 6)	879
7.2.7. PE7: Barrio Artístico 9 Esquinas (ZET 7)	882
7.2.8. PE8: High Tech – Museo de Innovación Tecnológica (ZET 8)	884
7.2.9. PE9: Corredor Pedro Loza (ZET 8)	887
7.2.10. PE10 (=PD1): Centro-Expo – Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía (ZET 9)	890
7.2.11. PE11 (= PD4): La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico (ZET 10)	893
7.2.12. PE12: Clorofila – Jardín Botánico de la Barranca (ZET10)	896
7.2.13. PE13: MAMO – Museo de Arte Moderno de Guadalajara (ZET 10)	899
7.2.14. PE14: Adrenalina – Parque de Aventura Vertical (ZET 10)	901
7.2.15. PE15: El Escenario – Restaurante-Café de las Artes Escénicas Agua Azul (ZET 11)	905
7.2.16. PE16: Centro de Visitantes Mártires de Cristo (ZET 14)	907

7.2.17. PE17: Centro de Interpretación Ambiental ANP Bosque de la Primavera	910
7.2.18. PE18: Parque Temático de Diversiones Guadalajara	912
7.2.19. PE19: Aeropuerto 2050 – Cluster de Negocios, Alojamiento y Servicios (ZET15)	914
7.3. Proyectos Turísticos Detonadores	917
7.3.1. Proyecto Detonador 1: Centro-Expo Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía	917
7.3.1.1. Contexto: Situación Actual	917
7.3.1.2. Propuesta conceptual	917
7.3.1.3. Elementos propuestos	918
7.3.1.4. Plan Maestro conceptual	920
7.3.1.5. Evaluación del Mercado	924
7.3.1.5.A <i>Dinámica de Centros Comerciales</i>	924
7.3.1.5.B <i>Clasificación de los Centros Comerciales</i>	927
7.3.1.5.C <i>Dinámica de espacios de oficinas</i>	929
7.3.1.6. Perfil del Visitante Expo Guadalajara	933
7.3.1.7. Viabilidad financiera del proyecto	937
7.3.1.7.A <i>Premisas</i>	937
7.3.1.7.B <i>Inversiones y financiamiento</i>	938
7.3.1.7.C <i>Flujo del proyecto durante la inversión</i>	941
7.3.1.7.D <i>Cálculo de ingresos</i>	942
7.3.1.7.E <i>Costos de operación</i>	943
7.3.1.7.F <i>Resultados de la evaluación</i>	944
7.3.2. Proyecto Detonador 2: Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería	948
7.3.2.1. Contexto: Situación Actual	948
7.3.2.2. Propuesta conceptual	950
7.3.2.3. Elementos propuestos	951
7.3.2.4. Evaluación de Mercado	959
7.3.2.5. Perfil de Visitantes a Museos	963
7.3.2.5.A <i>Perfil de Visitantes a Museos en México</i>	963
7.3.2.5.B <i>Motivo de visita a un museo</i>	970
7.3.2.5.C <i>Elementos Mexicanos y arraigo</i>	971
7.3.2.5.D <i>Gasto en espacios culturales</i>	972
7.3.2.5.E <i>Potencial de Mercado Cultural Internacional hacia México</i>	973
7.3.2.6. Viabilidad financiera	974

7.3.2.6.A	<i>Premisas.....</i>	974
7.3.2.6.B	<i>Inversiones y financiamiento.....</i>	975
7.3.2.6.C	<i>Flujo del proyecto durante la inversión.....</i>	977
7.3.2.6.D	<i>Cálculo de ingresos.....</i>	978
7.3.2.6.E	<i>Costos de operación.....</i>	979
7.3.2.6.F	<i>Resultados de la evaluación.....</i>	979
7.3.3.	Proyecto Detonador 3: CREAT Centro Regional de Artesanías de Tonalá	984
7.3.3.1.	Contexto: Situación Actual	984
7.3.3.2.	Propuesta conceptual.....	984
7.3.3.3.	Elementos propuestos.....	985
7.3.3.4.	Evaluación del Mercado	990
7.3.3.5.	Análisis Competitivo	992
7.3.3.5.A	<i>CRIDA, Cuernavaca, Morelos.....</i>	992
7.3.3.5.B	<i>Casa de las Artesanías, Tlaxcala.....</i>	993
7.3.3.5.C	<i>Mercado de Artesanías, Coyoacán, D.F.</i>	994
7.3.3.5.D	<i>Mercado de Dulces y Artesanías, San Cristóbal de las Casas, Chiapas</i>	995
7.3.3.5.E	<i>Mercado de Artesanías, Bazar García Rejón, Mérida, Yucatán</i>	996
7.3.3.5.F	<i>Mercado de Artesanías El Parián, Puebla.....</i>	997
7.3.3.5.G	<i>Demanda de artesanías mexicanas.....</i>	998
7.3.3.6.	Viabilidad financiera del proyecto.....	999
7.3.3.6.A	<i>Premisas.....</i>	999
7.3.3.6.B	<i>Inversiones y financiamiento.....</i>	1000
7.3.3.6.C	<i>Flujo del proyecto durante la inversión.....</i>	1002
7.3.3.6.D	<i>Cálculo de ingresos.....</i>	1003
7.3.3.6.E	<i>Costos de operación.....</i>	1004
7.3.3.6.F	<i>Resultados de la evaluación.....</i>	1005
7.3.4.	Proyecto Detonador 4: La Espuela Teleférico y Parque Panorámico Familiar	1009
7.3.4.1.	Contexto: Situación Actual	1009
7.3.4.2.	Propuesta conceptual.....	1011
7.3.4.2.A	<i>Objetivos del Proyecto.....</i>	1011
7.3.4.2.B	<i>Concepto.....</i>	1012
7.3.4.3.	Elementos propuestos.....	1013
7.3.4.3.A	<i>Teleférico.....</i>	1013
7.3.4.3.B	<i>La Espuela.....</i>	1014
7.3.4.3.C	<i>Parque familiar Mini-Jalisco.....</i>	1015
7.3.4.3.D	<i>Aldea Viva Jalisciense.....</i>	1016
7.3.4.3.E	<i>Sendero panorámico y Mirador Volado.....</i>	1017

7.3.4.3.F	<i>Trineo de Verano</i>	1018
7.3.4.3.G	<i>Otros elementos compatibles</i>	1019
7.3.4.4.	Plan Maestro conceptual	1020
7.3.4.5.	Evaluación del Mercado	1024
7.3.4.6.	Viabilidad financiera del proyecto.....	1026
7.3.4.6.A	<i>Premisas</i>	1026
7.3.4.6.B	<i>Inversiones y financiamiento</i>	1027
7.3.4.6.C	<i>Flujo del proyecto durante la inversión</i>	1030
7.3.4.6.D	<i>Pronóstico de ventas</i>	1031
7.3.4.6.E	<i>Cálculo de ingresos</i>	1032
7.3.4.6.F	<i>Costos de operación</i>	1033
7.3.4.6.G	<i>Resultados de la evaluación</i>	1034

7.

PROYECTOS TURÍSTICOS DETONADORES

En este apartado se presentan los Proyectos Estratégicos así como los Proyectos Turísticos Detonadores elegidos de estos, que se pueden realizar en términos técnicos, económicos y normativos. Los Proyectos Detonadores tienen como propósito generar un impacto turístico positivo local y regional, atraer nuevos turistas, generar nuevos empleos y mayor derrama económica, para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, pudiendo ser a corto o mediano plazo, cada proyecto estratégico atiende las necesidades de nichos de mercados diversificados.

La viabilidad de los Proyectos se sustenta en la diversidad de recursos turísticos naturales y culturales que cuenta la ZMG, así como el equipamiento turístico y sus servicios, la infraestructura en general y el mercado turístico.

Con base en la Estrategia General que orienta principalmente en regular y consolidar el crecimiento de nuevas actividades turísticas, las cuales deben ser responsables con el medio ambiente, fomentar un equilibrio social, económico y urbano de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), se identificó una cartera de proyectos estratégicos, los cuales, incluyen componentes de complementariedad a la oferta actual.

Así mismo, se pretende generar una diversificación de segmentos de mercado a través de una cartera de 19 nuevos Proyectos Estratégicos distribuidos en la ZMG. Los proyectos pueden ser operados por la iniciativa privada y apoyados por los gobiernos: federal, estatal y/o municipal. El respeto de la normatividad ambiental será importante especialmente para aquellos proyectos que se proponen en las márgenes de la ZMG.

7.1. Selección de los Proyectos

A continuación se presenta primeramente la cartera de los Proyectos Estratégicos que fueron identificados y puestos a votar en los 2 talleres de planeación estratégica.

Los Proyectos Estratégicos emanaron desde entrevistas con líderes de opinión y expertos realizados durante los viajes de reconocimiento. Estas propuestas fueron complementadas por aportaciones propias de los especialistas de CEURA.

En la definición de los Proyectos Turísticos Detonadores, primero se propuso una cartera de Proyectos Estratégicos ante prestadores de servicios turísticos, servidores públicos de los tres niveles de gobierno y líderes de opinión de la sociedad que participaron activamente en los talleres de planeación estratégica realizados.

Una vez armada la cartera, en los talleres se les pidió a los participantes que evaluarán los proyectos, respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Está el proyecto alineado con la visión y la vocación turística de la región?
- ¿Detona la actividad turística, de preferencia a nivel regional?
- ¿Genera empleos?
- ¿Aumenta la derrama económica?
- ¿Mejora la calidad de vida de los habitantes?

De esta manera, se seleccionaron conjuntamente (prestadores de servicios, líderes de opinión y funcionarios de los tres niveles de gobierno) 4 proyectos como detonadores, con los cuales es posible consolidar la actividad turística en la ZMG.

Después de recibir la valoración de los participantes, los proyectos nuevamente fueron puestos a una ponderación interna por CEURA, para que finalmente de esta cartera de proyectos surgieran los 4 Proyectos Detonadores elegidos, identificados como aquellas propuestas con mayor impacto turístico.

Considerando lo anterior, se desarrollaron las 4 propuestas de Proyectos Turísticos Detonadores expuestas abajo, los cuales contienen los elementos de conceptualización, diseño, capacidad y composición del producto, así como sus requerimientos y necesidades en materia de planeación urbana-ambiental, técnica, jurídica y económica.

Para seleccionar los Proyectos Detonadores de la zona de estudio se utilizaron los siguientes criterios de selección generales:

- Servicios, equipamiento e Instalaciones turísticas complementarias a las de hospedaje
- Innovación en la infraestructura turística para captar nuevos nichos de mercado (ecoturismo, turismo rural, aventura, salud entre otros).
- Alineación con los lineamientos de sustentabilidad (destino verde), mediante el impulso a las pequeñas y medianas empresas turísticas, aprovechando el potencial turístico con bajo impacto ambiental y que contribuyan a la disminución de la marginación vía la generación de mejores oportunidades de empleo.
- Aceptación en consenso por la sociedad civil, inversionistas, líderes de opinión, prestadores de servicios turísticos, y los funcionarios de tres niveles de gobierno por medio de los talleres de planeación estratégica.
- Evaluación de la cartera de proyectos estratégicos, mediante la calificación de variables que ponderaban, un menor impacto ecológico, reducción en la marginación, generación de empleos y una mayor derrama económica:

Para la puesta en marcha de un proyecto de inversión (detonador) es necesaria la realización de un análisis que permita determinar su viabilidad técnica, económica y financiera, en el cual se detallan los rubros del mercado (oferta y demanda, costos, ingresos, etc.), los aspectos técnicos (localización, tamaño del proyecto, tecnología, costos, gastos, organización, etc.) y los aspectos financieros (presupuestos, estados financieros, rentabilidad financiera, formas de financiamiento, etc.), con los cuales se podrá tener elementos para tomar una mejor decisión.

En términos generales un proyecto se puede definir como una actividad de cualquier naturaleza que requiere del uso de recursos económicos y humanos para su realización. Con la finalidad de verificar si una inversión es viable y recomendable, es indispensable llevar a cabo la evaluación de cada una de las variables del proyecto para determinar su rentabilidad, tales como:

- **Estudio de mercado**
Es la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y la cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.
- **Estudio técnico:**
Contiene la información técnica para demostrar que se podrá producir o construir competitivamente.
- **Análisis económico financiero:**
Refleja cuantitativamente la conveniencia o no de llevar a cabo la inversión.
- **Análisis socio – económico:**
Proporciona el beneficio posible para la sociedad desde el punto de vista económico y social.

A continuación se expone primeramente la cartera de 19 Proyectos Estratégicos, y después de ello los 4 Proyectos Detonadores elegidos.

Los proyectos detonadores seleccionados son:

1. Centro Expo – Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía
2. Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería
3. CREAT – Centro Regional de Artesanías de Tonalá
4. La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico

7.2. Cartera de Proyectos Turísticos

Se han identificado los siguientes segmentos prioritarios para la ZMG (para mayor información, véase Cap. 4.4.7, pág. 696).

- Reunión de Negocios (actual)
- Placer (actual)
- Deporte (emergente)
- Educación (emergente)
- Salud (emergente)
- Premium (emergente)

Los sectores estratégicos son por consiguiente:

- Negocios
- Cultural
- Entretenimiento, Ocio Nocturno y Eventos Masivos

La estrategia de mercados presenta dos vertientes: Por una parte fortalecer los mercados actuales y por otra, incorporar nuevos nichos de mercado a través de la innovación de productos y equipamiento turístico. Asimismo se debe considerar que se lleven a cabo todas las acciones tendientes a captar un mayor volumen de turistas de los segmentos potenciales identificados para la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Con todo lo anterior, se busca diversificar los segmentos de mercado enfocados a través de una cartera de 19 nuevos Proyectos Estratégicos (PE) distribuidos en toda la Zona Metropolitana, la gran mayoría dentro de las 15 Zonas de Especialización Turística ZET, buscando de esta manera impulsar el atractivo de las zonas y generar sinergias con la oferta de productos existentes. Estos proyectos pueden ser operados por la iniciativa privada, apoyados por los gobiernos: federal, estatal y/o municipal.

La cartera de Proyectos Estratégicos (PE) es la siguiente, incluyendo los Proyectos Detonadores (PD) que se detallan posteriormente:

- PE1: Centro de Visitantes y eventos especiales en el Palacio de Gobierno (ZET 1)
- PE2: (= PD2) Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería (ZET 1)
- PE3: El Centenario – Centro Turístico Folklórico y Hotel Temático (ZET 2)
- PE4: Corredor Gastronómico López Cotilla (ZET 3)
- PE5: Paseo Cultural del Carmen (Plaza del Carmen) (ZET 7)
- PE6: (= PD3) CREAT – Centro Regional de Artesanías Tonalá (ZET 6)
- PE7: Barrio Artístico 9 Esquinas (ZET 7)
- PE8: High Tech – Museo de Innovación Tecnológica (ZET 8)
- PE9: Corredor Pedro Loza (ZET 8)
- PE10: (= PD1) Centro-Expo – Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía (ZET 9)
- PE11: (= PD4) La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico (ZET 10)
- PE12: Clorofila - Jardín Botánico de la Barranca (ZET 10)
- PE13: Museo de Arte Moderno de Guadalajara (ZET 10)
- PE14: Adrenalina – Parque de Aventura Vertical (ZET 10)
- PE15: El Escenario – Restaurante Café de las Artes Escénicas Agua Azul (ZET 11)
- PE16: Centro de Visitantes Mártires de Cristo (ZET 14)
- PE17: Centro de Interpretación Ambiental ANP Bosque de la Primavera
- PE18: Parque Temático de Diversiones Guadalajara
- PE19: Aeropuerto 2050 – Cluster de Negocios, Alojamiento y Servicios (ZET15)

A continuación se describen las características (ficha técnica) de cada uno de los proyectos turísticos de inversión de la cartera, y se muestra la imagen objetivo que se pretende para ellos.

7.2.1. PE1: Centro de Visitantes y Eventos Especiales en el Palacio de Gobierno (ZET 1)

- **Objetivos:**
 - Convertir una parte del Palacio de Gobierno en la planta baja en Centro de Visitantes, con todo tipo de servicios dirigidos a los turistas que buscan información para su visita al Centro Histórico y la Zona Metropolitana.
 - Adaptar y equipar el Palacio de Gobierno (patio central y salones anexos) de tal manera que pueda servir como sede alterna para eventos, congresos y convenciones.
- **Localización:**
Palacio de Gobierno Estatal, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 1.
- **Superficie requerida:**
0.5 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a corto plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**
17 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Centro de Visitantes: Información impresa (folletería, libros, mapas), personal capacitado, computadoras para personal y para público, guías de turismo, tienda de recuerdos, sanitarios, primeros auxilios.
 - Sede de eventos, congresos y convenciones: Oficina administrativa, bodega, cocina, vestidores, sanitarios, infraestructura TI y audiovisual, techo corredizo en patio, estacionamiento asociado.
- **Mercado objetivo:**
Turistas y población residente de los segmentos: Turismo Cultural; Eventos, entretenimiento y ocio; Premium; Reuniones de Negocios (grupal); Familiar; Social / para Todos, de Retirados.
- **Actividades:**
Buscar información sobre visitas a la ZMG; Participar en Eventos sociales; Eventos culturales; Congresos y convenciones pequeños (sede alterna).

Figura 358

SITUACIÓN ACTUAL:

CENTRO DE VISITANTES Y EVENTOS ESPECIALES

ACTUAL

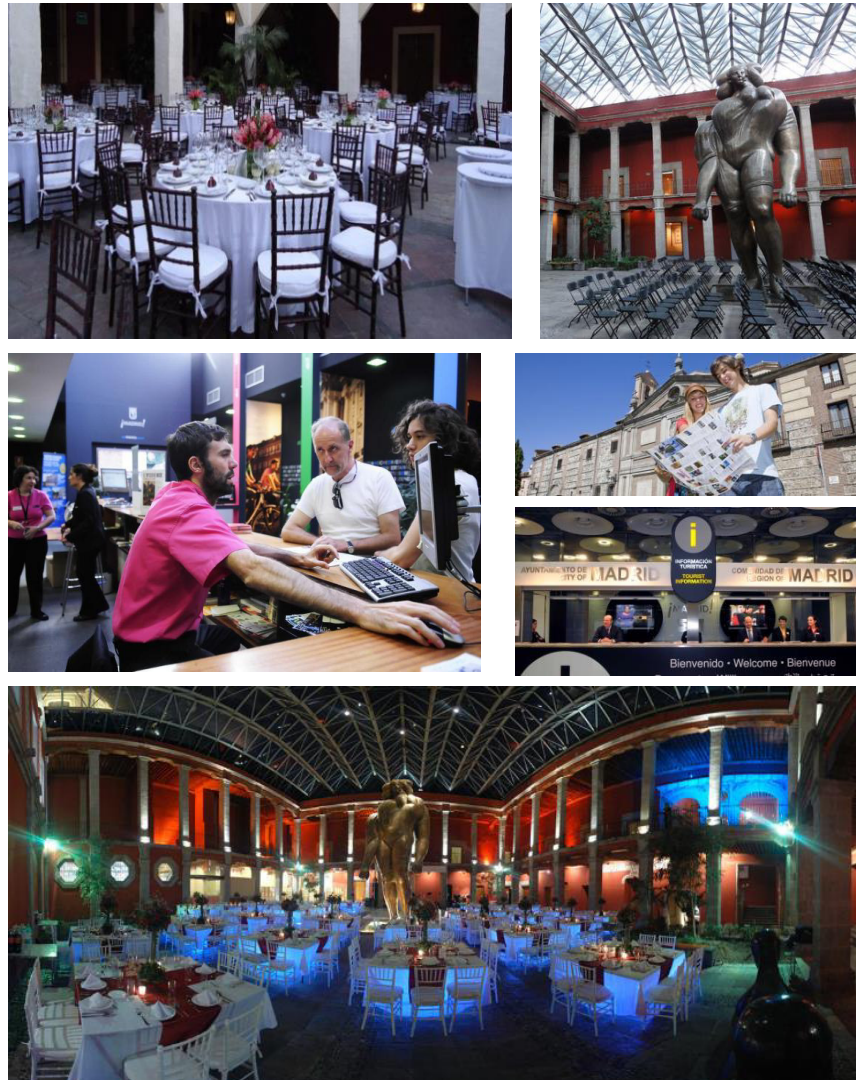


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 359

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
CENTRO DE VISITANTES Y EVENTOS ESPECIALES

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.2.2. PE2 (= PD2): Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería (ZET 1)

- **Objetivos:**
Crear un espacio urbano moderno y peatonal, que albergue los elementos emblemáticos de la cultura tapatía.
- **Localización:**
Cruce de Av. Independencia Sur y Juárez, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 1
- **Superficie requerida:**
0.5 ha (encima de Av. Independencia)
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a corto plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
67 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Extensión de la Plaza Tapatía sobre Av. Independencia hacia el sur.
 - Museo del Mariachi, del Tequila y de la Charrería en la extensión.
 - Restaurantes y tiendas especializadas en el museo.
 - Zona de Espectáculos de Mariachi (anfiteatro).
 - Gran Plaza de Mariachi, con espacios pequeños para servicios musicales a particulares, frente al Mercado de San Juan de Dios.
 - Calle peatonal del Mariachi
- **Mercado objetivo:**
Turistas nacionales (Región Centro Occidente, ZM Valle de México, ZM Toluca, ZM Monterrey) e internacionales de los segmentos: Cultural; Eventos, entretenimiento y ocio; Familiar; Social / para Todos; Retirados.
- **Actividades:**
Conocer los elementos emblemáticos de la cultura tapatía; Interactuar con sus representantes; Degustar gastronomía regional.

Figura 360

SITUACIÓN ACTUAL:

GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI, TEQUILA Y CHARRERÍA

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

El proyecto fue elegido como Proyecto Detonador.

Figura 361

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:

GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI, TEQUILA Y CHARRERÍA

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

Para información detallada acerca del Proyecto Detonador 2: Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería, véase Cap. 7.3.2, pág. 948.

7.2.3. PE3: El Centenario – Centro Turístico Folklórico y Hotel Temático (ZET 2)

- **Objetivo:**
Aprovechar de forma integral la Plaza de Toros “El Centenario” (patrimonio) y complementarla con un hotel boutique temático aledaño.
- **Localización:**
Plaza de Toros “El Centenario”, Calle Herrera y Cairo sur, Municipio de Tlaquepaque, en la Zona de Especialización Turística ZET 2.
- **Superficie requerida:**
2 ha aproximadamente
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo
- **Inversión aproximada inicial requerida:**
105 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Plaza de Toros multiusos: Adaptación para eventos de todo tipo, sobre todo folklóricos, pero también culturales en general.
 - Hotel temático en predio baldío con entrada por Calle Emilio Carranza 178, con estacionamiento debajo del hotel temático, también para la Plaza de Toros.
 - Centro Gastronómico: Restaurante de alto nivel y cocina industrial para eventos
- **Contexto:**
 - A pesar de ser “La Cuna de la Mexicanidad”, la ZMG no cuenta con un producto turístico específico e integral en torno al tema de los Mariachis, la Charrería, el Tequila y la gastronomía regional.
 - La Plaza de Toros “El Centenario” se encuentra subaprovechada a pesar de ubicarse a solo 3 cuadras del Parián en el Centro Histórico de Tlaquepaque, destino típico y tradicional por excelencia en la ZMG.
 - Existe un predio baldío a espaldas de la plaza con una superficie considerable (~2,000m²), ideal para su vinculación directa con la plaza.

➤ Concepto

- Se plantea un hotel boutique temático en torno a los elementos que conforman la Mexicanidad Jalisciense: La Charrería, los Mariachis, el Tequila, el folklor y la gastronomía regional de Jalisco.
- La Plaza de Toros “El Centenario” es ideal para eventos de todo tipo (previa adecuación necesaria), incluyendo caballos o toros como elementos importantes de la identidad jalisciense.
- El estacionamiento faltante para El Centenario se ubicará por debajo del hotel boutique.

Figura 362

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:

EL CENTENARIO - CENTRO TURÍSTICO FOLKLÓRICO Y HOTEL TEMÁTICO



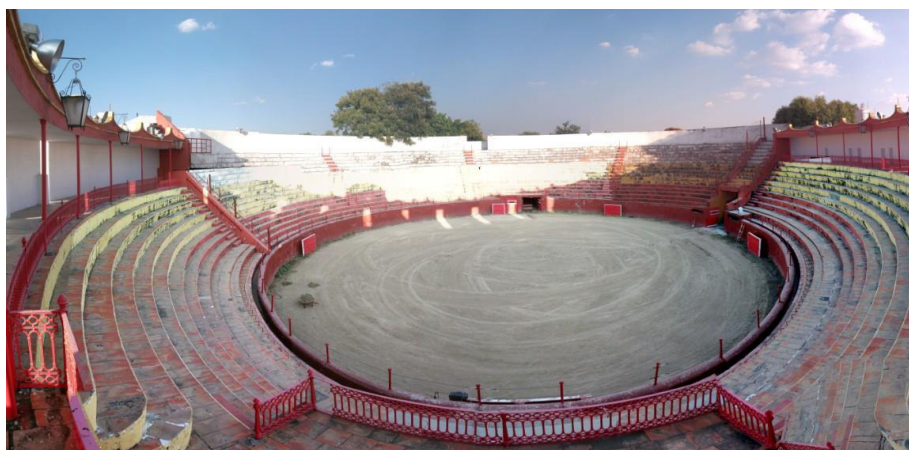
FUENTE: Google Images

Figura 363

SITUACIÓN ACTUAL:

EL CENTENARIO - CENTRO TURÍSTICO FOLKLÓRICO Y HOTEL TEMÁTICO

ACTUAL



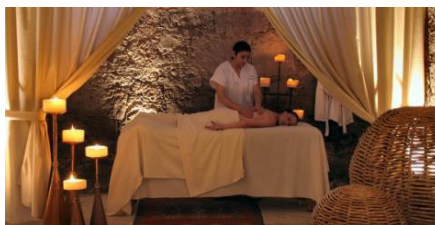
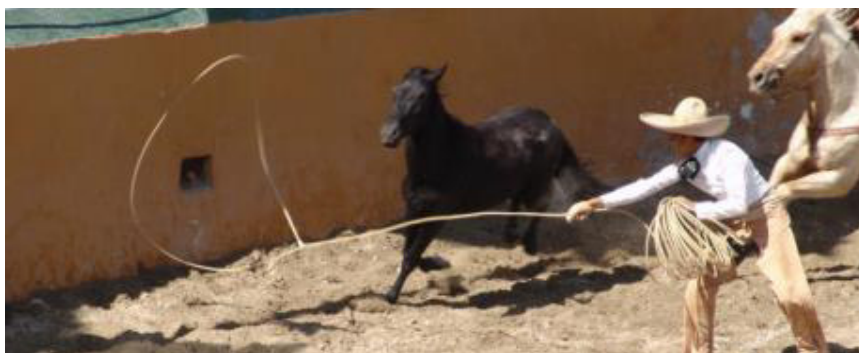
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 364

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:

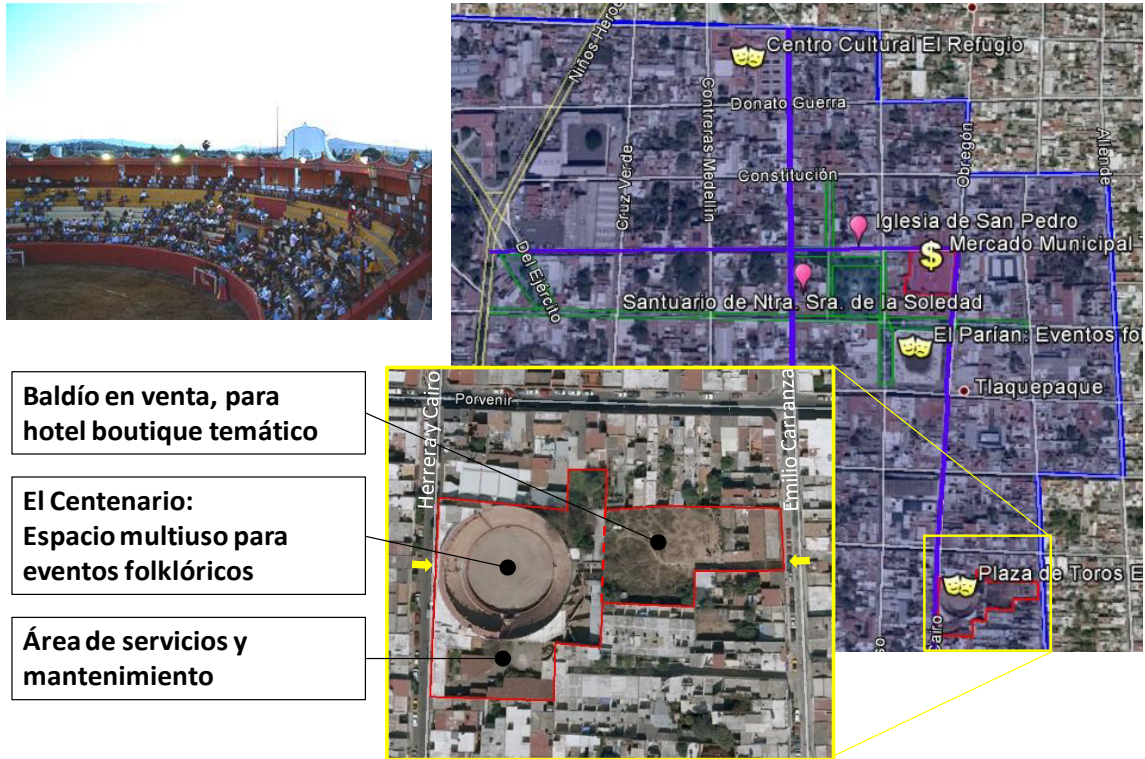
EL CENTENARIO - CENTRO TURÍSTICO FOLKLÓRICO Y HOTEL TEMÁTICO

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

Figura 365
UBICACIÓN: EL CENTENARIO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth, y Google Images.

7.2.4. PE4: Corredor Gastronómico Hotelero López Cotilla (ZET 3)

- **Objetivo:**
Integrar la Calle López Cotilla entre La Minerva y Chapultepec (~1 km) como un corredor temático en torno a sus negocios existentes de gastronomía y la hospitalidad.
- **Localización:**
Av. López Cotilla, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 3.
- **Superficie / distancia requerida:**
~1 km
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
100 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Restaurantes especializados
 - Cafeterías
 - Sendas seguras
 - Zona comercial y de servicios (homogenizar fachadas para nueva imagen urbana turística)
 - Hotel Boutique
 - Zona de taxis
 - Estacionamiento
- **Mercado objetivo:**
Población local y regional de la ZMG, de los segmentos: Cultural en el nicho de gastronomía.
- **Actividades:**
Degustar comidas regionales e internacionales, realizar recorridos peatonales sobre la Av. López Cotilla.

Figura 366

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
CORREDOR GASTRONÓMICO LÓPEZ COTILLA

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images.

7.2.5. PE5: Paseo Cultural del Carmen (ZET 7)

- **Objetivo:**
Crear una zona urbana con un enfoque cultural, en torno a la Plaza del Carmen, los equipamientos culturales existentes en sus alrededores y los espacios públicos aledaños.
- **Localización:**
Plaza del Carmen, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 7.
- **Superficie / distancia requerida:**
2 kilómetros
- **Condicionantes de desarrollo:**
A corto y mediano plazo, en vías de consolidación.
- **Inversión aproximada requerida:**
100 millones de pesos (mitad de ZET 7)
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - **Paseo cultural:**
Adecuación de espacios públicos (parques, banquetas, calles peatonales, etc.) con arte público y mobiliario urbano de descanso, su vinculación con equipamiento cultural y espacios privados subaprovechados (azoteas, baldíos, muros ciegos, bardas perimetrales, etc.), para la realización de actividades culturales al aire libre.
 - Calles peatonales según las propuestas del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada.
 - Estacionamientos
- **Mercado objetivo:**
Población local y regional del segmento cultural.
- **Actividades:**
Pintura, arte urbano, performance, teatro, cursos y talleres, conciertos, etc., tanto en espacios establecidos como en la vía pública.

Figura 367

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
PASEO CULTURAL DEL CARMEN

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images.

7.2.6. PE6 (= PD3): CREAT – Centro Regional de Artesanías de Tonalá (ZET 6)

- **Objetivos:**
Impulsar al sector de artesanías de Tonalá por medio de la creación de un espacio amplio, moderno, digno y multifuncional para reubicar los vendedores de artesanías y crear sinergias con un museo especializado así como un centro de capacitación y la casa del artesano.
- **Localización:**
Municipio de Tonalá, en la Zona de Especialización Turística ZET 6.
- **Superficie requerida:**
4.7 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
A corto y mediano plazo viable
- **Inversión aproximada requerida:**
389 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Museo: Reubicación y ampliación del actual Museo Nacional de Cerámica
 - Mercado artesanal de (15,224 m² en dos niveles)
 - Plaza gastronómica (15 Restaurantes de especialidad)
 - Casa del artesano
 - Centro de enseñanza artesanal
 - Explanada Cívica con espacio para Tianguis
 - Centro de visitantes y transportación turística, con central de taxis
 - Administración y servicios generales, Núcleo de servicios y Centro de paquetería y envíos
 - Estacionamiento público subterráneo (2 niveles 746 cajones; 18,641 m²)
 - Estacionamiento de 20 trailers (100 m² por cajón)
 - Andén de carga y descarga
- **Mercado objetivo:**
Mercado nacional e internacional de los segmentos: Cultural (artesanías); Familiar; Para Todos / Social; Retirados.
- **Actividades:**
Compra y venta de artesanía local y regional a nivel de mayoreo y menudeo; Visita al museo y apreciación del trabajo artesanal; Cursos y capacitación para fomentar las actividades artesanales.

Figura 368

SITUACIÓN ACTUAL:

CREAT – CENTRO REGIONAL DE ARTESANÍAS DE TONALÁ

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 369

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:

CREAT – CENTRO REGIONAL DE ARTESANÍAS DE TONALÁ



FUENTE: Google Images

El proyecto fue elegido como Proyecto Detonador. Para información detallada acerca del Proyecto Detonador 3: CREAT – Centro Regional de Artesanías de Tonalá, véase Cap. 7.3.3, pág. 984.

7.2.7. PE7: Barrio Artístico 9 Esquinas (ZET 7)

- **Objetivos:**
Poner en valor los recursos existentes de una zona de alta calidad de vida con un carácter urbano, tolerante y artístico.
- **Localización:**
Plaza de las 9 Esquinas y alrededores, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 7.
- **Superficie requerida:**
3 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
100 millones de pesos (mitad de ZET 7)
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Birrierías y restaurantes especializados
 - Corredor de diversión nocturna ("Guadalajara Nightlife"): Antros, discos, bares, restaurantes, cafés, teatros off, etc.
 - Espacios públicos nuevos (microplazas)
 - Galerías, talleres artísticos
 - Cafetelibras y librerías
 - Hostales juveniles
 - Estacionamientos
 - Cercanía con el Paseo Cultural del Carmen
- **Mercado objetivo:**
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales. Segmentos turísticos potenciales: cultural, social y premium.
- **Actividades:**
Disfrute del barrio por medio de actividades gastronómicas y artísticas, esparcimiento, recreación y descanso.

Figura 370

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
BARRIO ARTÍSTICO 9 ESQUINAS

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.2.8. PE8: High Tech – Museo de Innovación Tecnológica (ZET 8)

- **Objetivos:**
Complementar el proyecto de la Ciudad Creativa Digital CCD con un museo dirigido a los futuros usuarios jóvenes, creativos y dinámicos, diversificando el sector de museos en la ZET 8 y el Centro Histórico de Guadalajara en general, con la coparticipación estrecha del sector privado y preservando la fisonomía original “Art Déco” del inmueble.
- **Localización:**
Centro Escolar Basilio Vadillo, al lado poniente del Parque Morelos, Municipio de Guadalajara (dentro de la Ciudad Creativa Digital), en la Zona de Especialización Turística ZET 8.
- **Superficie requerida:**
1.3 ha (actual Escuela Basilio Vadillo)
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano y largo plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**
100 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Museo con:
 - Sala de innovación tecnológica
 - Museo al aire libre
 - Sala cinematográfica
 - Módulo de información turística
 - Paseo tecnológico por los elementos de la CCD
 - Taquilla y Oficinas generales
 - Área libre multiusos
 - Estacionamiento
- **Mercado objetivo:**
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales. Segmentos turísticos: Educativo, cultural, familiar.
- **Actividades:**
Esparcimiento y recreación con el objetivo de difundir las innovaciones tecnológicas.

Figura 371

SITUACIÓN ACTUAL:

HIGH TECH – MUSEO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

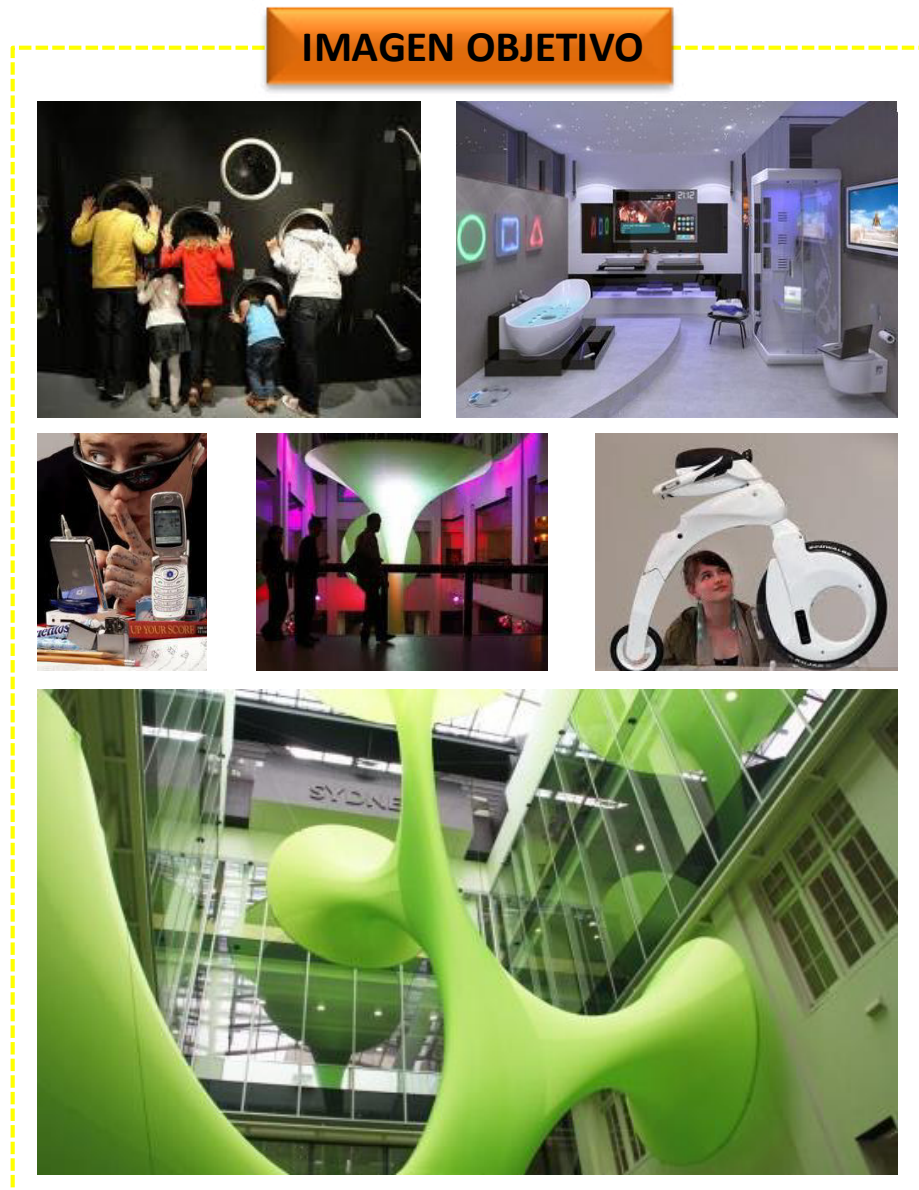
ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 372

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
HIGH TECH – MUSEO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images

7.2.9. PE9: Corredor Pedro Loza (ZET 8)

- **Objetivos:**
Impulsar un corredor urbano histórico peatonal con comercios y servicios, que vincule la ZET 1 con la ZET 7 y 8.
- **Localización:**
Calle Pedro Loza, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 8, entre el Ayuntamiento y el Santuario de la Virgen.
- **Superficie requerida:**
2 km
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a corto plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
50 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Hoteles boutique
 - Restaurantes, restaurantes especializados (comida típica), cafés, bares
 - Nuevo museo: De la Escultura
 - Arte Público: Aprovechamientos culturales de la calle, también eventos.
 - Paseo cultural
 - Archivo histórico del Exarzobispado de la Arquidiócesis de Guadalajara
 - Estacionamientos
 - Trenecito turístico entre Santuario de la Virgen y Plaza de las 9 Esquinas
- **Mercado objetivo:**
Población residente y regional, de los segmentos cultural y especializado.
- **Actividades:**
Paseos culturales, religiosos, gastronómicos, de compras y recreativos.

Figura 373

SITUACIÓN ACTUAL: CORREDOR PEDRO LOZA

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images

Figura 374

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: CORREDOR PEDRO LOZA

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.2.10. PE10 (=PD1): Centro-Expo – Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía (ZET 9)

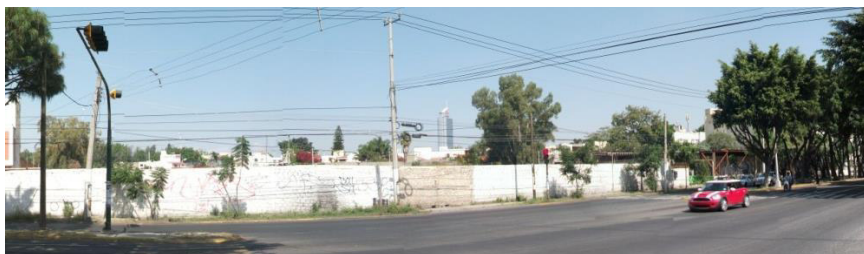
- **Objetivos:**
Complementar la Expo Guadalajara con elementos que responden a las necesidades de sus usuarios y del sector hotelero circundante, con un subcentro urbano novedoso para la ZMG.
- **Localización:**
Gran reserva urbana en frente del Expo Guadalajara, entre Av. Otero y López Mateos Sur, Municipios de Guadalajara y Zapopan, en la Zona de Especialización Turística ZET 9.
- **Superficie requerida:**
3.3 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a corto plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
572 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Oficina de visitantes, con Centro de Información y Central de Reservaciones
 - Plaza gastronómica
 - Galería de comercio especializado
 - Centro de Oficinas Ejecutivas, con oficinas de la OFVC (Oficina de Visitantes y Convenciones de Jalisco)
 - Terminal de Transportación Turística, con Central de Taxis
 - Administración y servicios generales
 - Andenes y maniobras, y Andén de carga y descarga
 - Vialidades y Estacionamientos públicos
 - Jardines y cuerpo de agua
- **Mercado objetivo:**
Turistas nacionales e internacionales, además de la población residente en general. Segmentos potenciales: Reunión de negocios (congresos y convenciones), Cultural (gastronomía); Compras / Shopping; Premium.

- Actividades:
Ofrecer información turística, cambio de tipo de transporte multimodal, negocios, compras, esparcimiento y recreación.

Figura 375

SITUACIÓN ACTUAL: CENTRO EXPO

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images

Figura 376

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: CENTRO EXPO



FUENTE: Google Images

El proyecto fue elegido como Proyecto Detonador. Para información detallada acerca del Proyecto Detonador 1: Centro-Expo – Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía, véase Cap. 7.3.1, pág. 917.

7.2.11. PE11 (= PD4): La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico (ZET 10)

- **Objetivos:**
Poner en valor el principal atractivo natural de la ZMG: La Barranca del Río Santiago, diversificando la oferta de productos turísticos y complementando los existentes en la zona.
- **Localización:**
Barranca de Río Santiago, límite norte del Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 10, y Municipio de Ixtlahuacán del Río.
- **Superficie requerida:**
540 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a corto y mediano plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
676 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Teleférico de cabinas desembragables
 - La Espuela: Rueda de la Fortuna
 - Parque familiar Mini-Jalisco: Maquetas a Escala
 - Aldea Viva Jalisciense
 - Mirador Volado y sendero panorámico
 - Trineo de Verano
 - Restaurantes panorámicos
 - Rancho de caballos
 - Granja didáctica de animales acariciables
 - Cenadores y espacios para días de campo
 - Cabañas y espacios para acampar
- **Mercado objetivo:**
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales. Segmentos Potenciales: Naturaleza y Aventura (ecoturismo y turismo rural); Eventos, entretenimiento y ocio; Familiar; Social / para Todos.
- **Actividades:**
Recorrido en teleférico, convivencia con la cultura tradicional jalisciense, recreación y esparcimiento.

Figura 377

SITUACIÓN ACTUAL:

LA ESPUELA – TELEFÉRICO Y PARQUE PANORÁMICO

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 378

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
LA ESPUELA – TELEFÉRICO Y PARQUE PANORÁMICO



FUENTE: Google Images

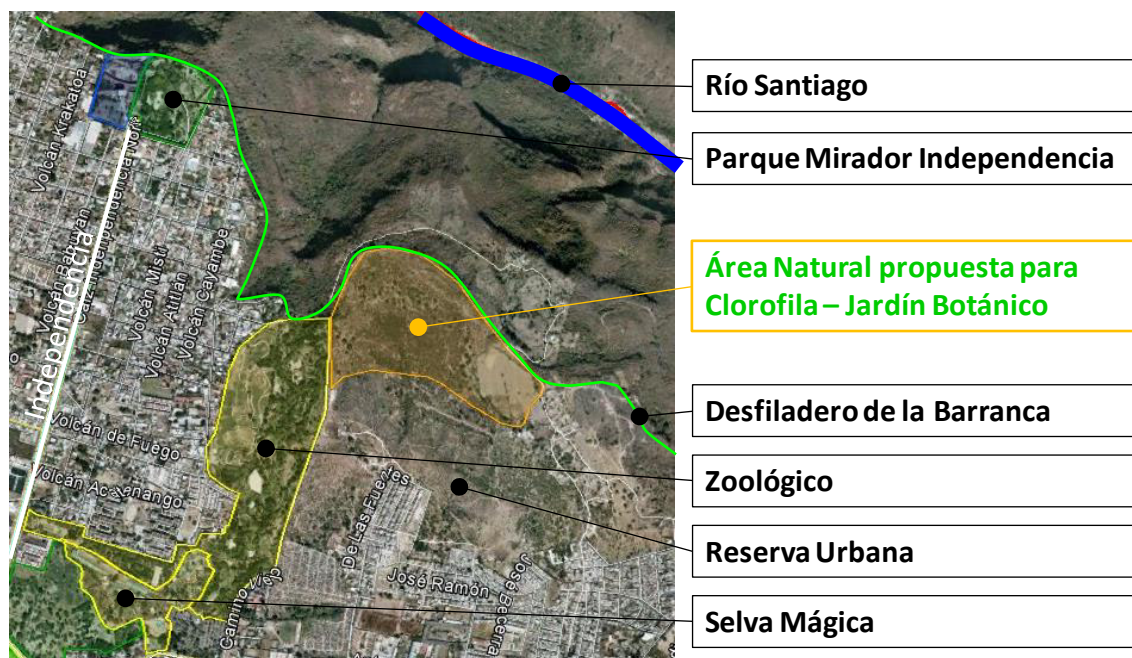
El proyecto fue elegido como Proyecto Detonador. Para información detallada acerca del Proyecto Detonador 4: La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico, véase Cap. 7.3.4, pág. 1009.

7.2.12. PE12: Clorofila – Jardín Botánico de la Barranca (ZET10)

- **Objetivos:**
Crear un espacio natural y didáctico que ponga en valor la zona colindante a la Barranca del Río Santiago.
- **Localización:**
Al oriente del Zoológico, en una plataforma natural frente a Colinas de Huentitán, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 10.

Figura 379

UBICACIÓN: CLOROFILA – JARDÍN BOTÁNICO DE LA BARRANCA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth

- **Superficie requerida:**
24 ha.
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo

- Inversión aproximada requerida:
200 millones de pesos
- Compuesta por los siguientes elementos:
 - Áreas verdes temáticas e interpretativas
 - Espejos de plantas acuáticas
 - Museo interactivo de plantas
 - Aviario
 - Mariposario e Insectario
 - Zona de Investigación de Universidades
 - Oficinas de SEMARNAT
 - Sendero panorámico a lo largo de la barranca.
 - Estacionamiento
- Mercado objetivo:
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales, de los segmentos: Familiar, Naturaleza, Social / para Todos.
- Actividades:
Esparcimiento y la recreación
- Observaciones:
Construir el proyecto con un enfoque de máximo respeto al medio ambiente, que no solamente cumpla con todas las disposiciones ambientales, sino que imponga nuevos estándares en su eco-amigabilidad.

Figura 380

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
CLOROFILA – JARDÍN BOTÁNICO DE LA BARRANCA



FUENTE: Google Images

7.2.13. PE13: MAMO – Museo de Arte Moderno de Guadalajara (ZET 10)

- **Objetivos:**
Crear un museo de arte emblemático para la ZMG y México, generando sinergias con la Barranca del Río Santiago.
- **Localización:**
Parque Mirador Independencia, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 10.
- **Superficie requerida:**
9,000 m²
- **Condicionantes de desarrollo:**
En vías de desarrollo
- **Inversión aproximada requerida (90% restantes):**
419 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Colecciones permanentes de arte mexicano y latinoamericano
 - Exhibiciones especiales
 - Áreas verdes
 - Áreas de esparcimiento
 - Miradores a la Barranca
- **Mercado objetivo:**
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales. Segmentos Potenciales: Cultural; Eventos, entretenimiento y ocio; Familiar; Premium; Social / para Todos; Retirados.
- **Actividades:**
Asistencia a exposiciones y eventos de arte; recreación y esparcimiento.

Figura 381

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: MAMO – MUSEO DE ARTE MODERNOS DE GUADALAJARA

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Herzog & De Meuron.

7.2.14. PE14: Adrenalina – Parque de Aventura Vertical (ZET 10)

- **Objetivos:**
Poner en valor los recursos de la Barranca del Río Santiago y diversificar la oferta de productos dirigidos al turismo de aventura en las inmediaciones de la ciudad, aprovechando un funicular existente.
- **Localización:**
Mirador de Oblatos, Barranca de Río Santiago, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 10.
- **Superficie requerida:**
120 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**
60 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Zona cumbre
 - Paradero autobús
 - Plazoleta de acceso con Pórtico de bienvenida
 - Estacionamiento
 - Plaza vestíbulo con Elemento de identidad
 - Edificio principal con los siguientes elementos:
 - Restaurante panorámico
 - Centro de información
 - Tienda artesanal y de recuerdos
 - Sala de interpretación temática (Barranca, deportes extremos)
 - Vestidores, sanitarios y regaderas
 - Área de servicios y mecánico
 - Base de guardias del parque, con primeros auxilios
 - Estación cumbre del funicular (existente CFE)

- Zona Vertical
 - Rampa de despegue (parapentes, ala delta)
 - Corredor de tirolesas
 - Parque de cuerdas, cables y puentes colgantes
 - Zona de rappel
 - Jardín de escalada deportiva
 - Pista de downhill (MTB)
 - Red de senderos
 - Zona Base
 - Estación base del funicular (existente CFE)
 - Zona de aterrizaje (parapentes, ala delta)
 - Edificio base con:
 - Tienda de conveniencia
 - Vestidores, sanitarios y regaderas
 - Primeros auxilios
 - Zona de camping
- Mercado objetivo:
Población residente, turistas tanto locales, regionales, como nacionales e internacionales. Segmentos: Turismo de naturaleza y aventura; Familiar.
- Actividades:
Practicar deportes extremos y ecoturismo (senderismo).
- Observaciones:
Construir el proyecto con un enfoque de máximo respeto al medio ambiente, que no solamente cumpla con todas las disposiciones ambientales, sino que imponga nuevos estándares en su eco-amigabilidad.

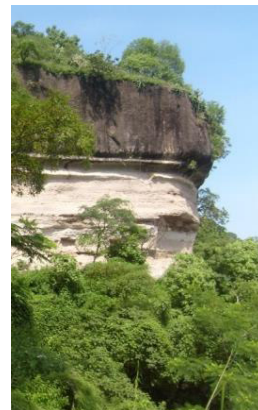
Para información acerca del funicular, véase también Cap. 4.8.5.2, pág. 787.

Figura 382

SITUACIÓN ACTUAL:

ADRENALINA - PARQUE DE AVENTURA VERTICAL

ACTUAL



FUENTE: Google Images

Figura 383

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
ADRENALINA - PARQUE DE AVENTURA VERTICAL

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.2.15. PE15: El Escenario – Restaurante-Café de las Artes Escénicas Agua Azul (ZET 11)

- **Objetivos:**
 - Crear un punto de encuentro en el centro de la zona de teatros en Agua Azul (7 espacios para eventos dentro de 500 m).
 - Creación de un ambiente artístico, de vanguardia y sofisticado, centrado en las artes escénicas.
- **Concepto:**

Reconversión del Ex-Museo de Arqueología del Occidente (cerrado) en un punto de encuentro para los artistas y espectadores de los teatros cercanos, con un gran estacionamiento subterráneo.
- **Localización:**

Ex-Museo de Arqueología del Occidente, frente al Parque Agua Azul, Municipio de Guadalajara, en la Zona de Especialización Turística ZET 11.
- **Superficie requerida:**

500 m²
- **Condicionantes de desarrollo:**

A corto o mediano plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**

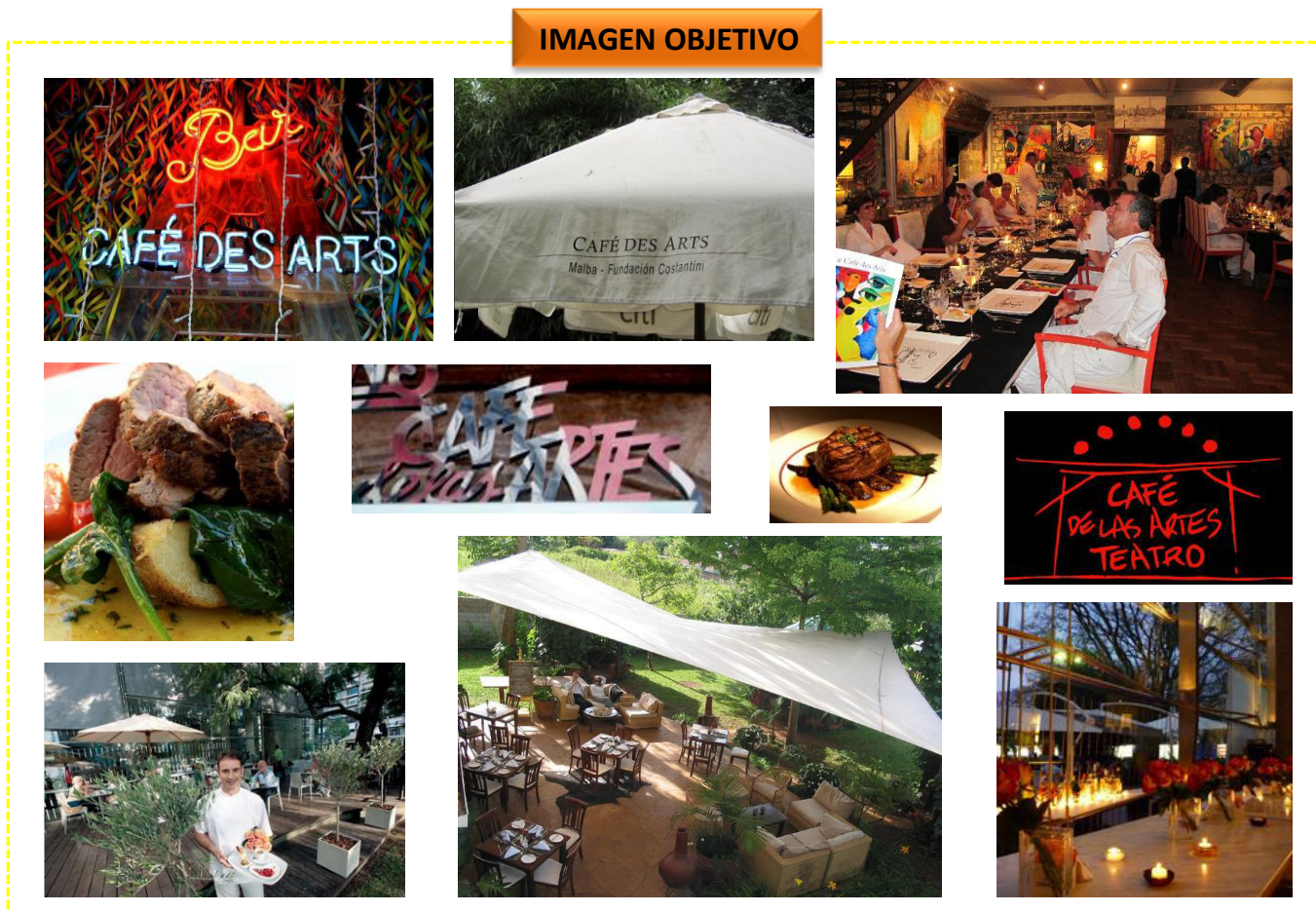
14 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Restaurante, Café, Bar y Lounge
 - Tienda especializada (Librería de Arte)
- **Mercado objetivo:**

Población residente, y turistas en general.
- **Actividades:**

Esparcimiento y descanso

Figura 384

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: EL ESCENARIO



FUENTE: Google Images

7.2.16. PE16: Centro de Visitantes Mártires de Cristo (ZET 14)

- **Objetivos:**
Complementar la obra del futuro Santuario de los Mártires de Cristo con un equipamiento turístico necesario para el manejo de grandes números de visitantes.
- **Localización:**
Municipio de Tlaquepaque, en la Zona de Especialización Turística ZET 14.
- **Superficie requerida:**
300 m²
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
15 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Oficina de visitantes, Centro de información y Central de Reservaciones
 - Terminal de transportación turística
 - Plaza gastronómica
 - Galería de comercio especializado
 - Administración y servicios generales
- **Mercado objetivo:**
Turismo regional, nacional e internacional del segmento: Cultural (religioso).
- **Actividades:**
Información turística religiosa, aunado a un medio intermodal de transporte.

Figura 385

SITUACIÓN ACTUAL:

CENTRO DE VISITANTES MÁRTIRES DE CRISTO

ACTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images

Figura 386

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL:
CENTRO DE VISITANTES MÁRTIRES DE CRISTO

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. y Google Images

7.2.17. PE17: Centro de Interpretación Ambiental ANP Bosque de la Primavera

- **Objetivos:**
Crear un espacio enfocado en ofrecer al visitante información didáctica e interactiva sobre el ANP Bosque de la Primavera.
- **Localización:**
ANP Bosque de la Primavera, Municipio de Zapopan.
- **Superficie requerida:**
12 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**
140 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Centro de investigación ambiental
 - Edificio de educación ambiental
 - Centro de sustentabilidad
 - Salas interpretativas
 - Zona de conservación con senderos interpretativos
 - Paradero para autobús y Estacionamiento
 - Planta de tratamiento
- **Mercado objetivo:**
Población residente y turistas en general, tanto nacionales como internacionales, interesados en la naturaleza. Segmentos Potenciales: Naturaleza (Ecoturismo); Familiar; Social / para Todos; Retirados.
- **Actividades:**
Visita al museo, esparcimiento y recreación, descanso y senderismo.
- **Observaciones:**
Construir el proyecto con un enfoque de máximo respeto al medio ambiente, que no solamente cumpla con todas las disposiciones ambientales, sino que imponga nuevos estándares en su eco-amigabilidad.

Figura 387

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: CENTRO DE INTERPRETACIÓN AMBIENTAL ANBPB

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.2.18. PE18: Parque Temático de Diversiones Guadalajara

- **Objetivos:**
Construir un parque de diversiones para la Zona Metropolitana, en un punto estratégico para todo el Bajío.
- **Localización:**
Oriente de la Zona Metropolitana.
- **Superficie requerida:**
200 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a mediano y largo plazo.
- **Inversión aproximada requerida:**
1,350 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Área de juegos mecánicos
 - Parque Acuático
 - Zona comercial y de servicios
 - Estacionamiento y paradero de autobuses
 - Áreas verdes
- **Mercado objetivo:**
Población residente y regional, y turistas en general, tanto nacionales como internacionales, de los segmentos: Familiar; Para Todos / Social.
- **Actividades:**
Diversión y esparcimiento, deportes acuáticos, esparcimiento, recreación y descanso.

Figura 388

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: PARQUE TEMÁTICO DE DIVERSIONES

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.2.19. PE19: Aeropuerto 2050 – Cluster de Negocios, Alojamiento y Servicios (ZET15)

- **Objetivos:**
Generar sinergias entre el aeropuerto y servicios compatibles, creando un espacio de usos mixtos comerciales y de servicios directamente anexo al aeropuerto (esquema tipo parque industrial).
- **Localización:**
Aeropuerto, Municipio de Tlajomulco en la Zona de Especialización Turística AET 15.
- **Superficie requerida:**
44 ha
- **Condicionantes de desarrollo:**
Viable a largo plazo
- **Inversión aproximada requerida:**
1,400 millones de pesos
- **Compuesta por los siguientes elementos:**
 - Hoteles, restaurantes, bares, diversión nocturna.
 - Oficinas, espacios para reuniones, centros de negocio, oficinas virtuales.
 - Servicios adicionales: Empresas que dependen de buena accesibilidad aérea.
 - Zona comercial y de servicios: Bancos, casas de cambio, tiendas y boutiques, etc.
 - Zona de transferencia de transporte: Shuttles, Taxis, Renta de autos.
- **Mercado objetivo:**
Población regional, y Turistas nacional e internacional, del segmento: Reunión de Negocios.
- **Actividades:**
Reuniones, hospedaje, compras, esparcimiento.

Figura 389

SITUACIÓN ACTUAL: AEROPUERTO 2050
CLUSTER DE NEGOCIOS, ALOJAMIENTO Y SERVICIOS

ACTUAL

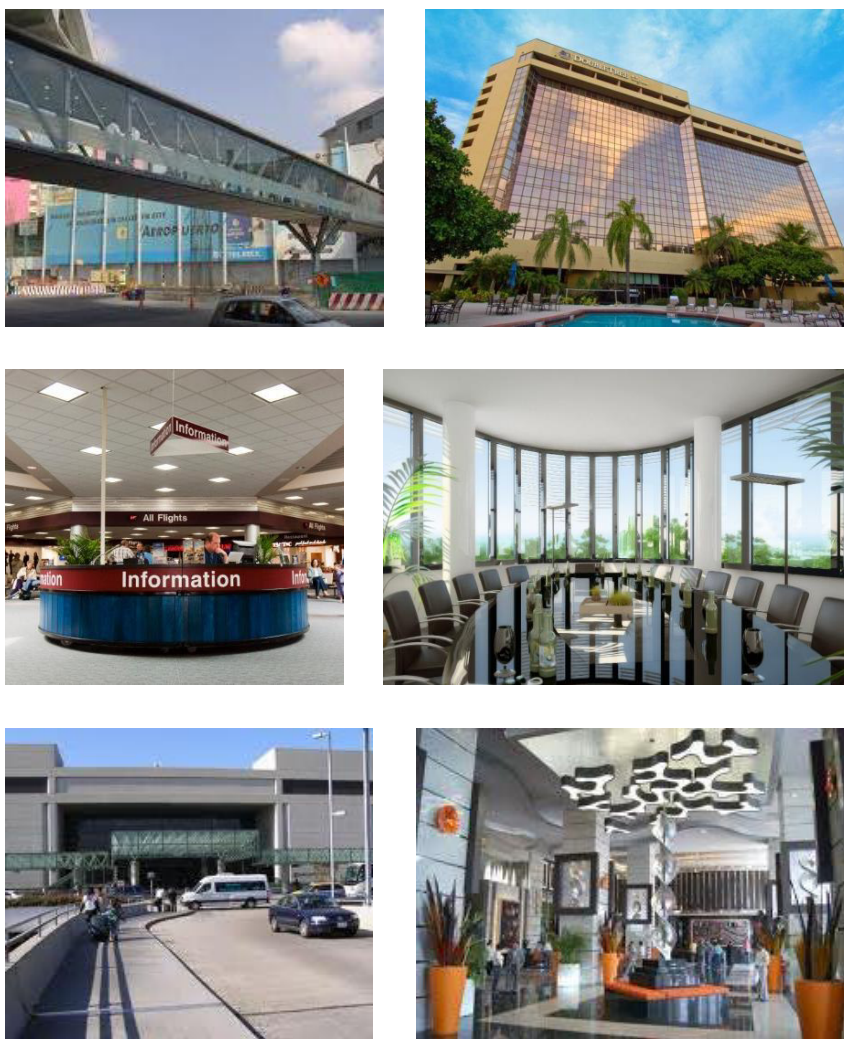


FUENTE: Google Images

Figura 390

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL: AEROPUERTO 2050
CLUSTER DE NEGOCIOS, ALOJAMIENTO Y SERVICIOS

IMAGEN OBJETIVO



FUENTE: Google Images

7.3. Proyectos Turísticos Detonadores

Los Proyectos Turísticos Estratégicos que han sido elegidos como Detonadores se describen de forma más detallada a continuación.

7.3.1. Proyecto Detonador 1: Centro-Expo Centro de Visitantes, Transporte Turístico y Gastronomía

Para mayor información sobre la reserva territorial, véase Cap. 5.1, pág. 821.

7.3.1.1. Contexto: Situación Actual

- El “Triángulo de la Expo” es una de las zonas de mayor dinamismo en la Zona Metropolitana, centrado en la Expo Guadalajara y numerosos hoteles de alta calidad en sus alrededores.
- Existe poca diversificación turística que le pueda permitir al gran número de visitantes que se albergan en la zona de extender su estancia o consumir otros productos turísticos.
- La zona no cuenta con un centro urbano claro, y presenta un nivel de calidad urbana poco desarrollado.

7.3.1.2. Propuesta conceptual

- Se propone la construcción de un nuevo polo urbano como referente para toda la zona, ubicado en un predio ubicado en el límite entre Guadalajara y Zapopan y abarcando partes de los dos.
- Como elemento omnipresente de identidad (marca), se propone la instalación de varias fuentes de diferentes características: Chorro recto, interactivas, bailarinas, etc.
- Se sugiere la integración de elementos que fomenten la innovación y calidad de la industria de la hospitalidad, creen sinergias en el sector de la moda y propicien los negocios en general.

- La zona se visualiza con una identidad urbana mixta, ofreciendo atractores a diversos sectores de la sociedad a fin de crear una zona urbana viva durante todo el día.
- Se plantea que el polo tenga un perfil urbano peatonal y con el uso del automóvil puesto en segundo lugar, al fomentar distancias cortas entre vivienda, trabajo, enseñanza y ocio, creando sinergias y una alta calidad de vida.

7.3.1.3. Elementos propuestos

El proyecto cuenta con los siguientes elementos:

- **Centro de Visitantes y Transporte:**
Gran espacio moderno que alberga todo lo necesario para cumplir las necesidades de un visitante: Información general del destino, mapas, información y contacto directo con hoteles, transferencia de transporte hacia hoteles o aeropuerto, servicios adicionales como guías turísticos, tours regionales, información regional, etc.
- **Campus de Educación de la Industria de la Hospitalidad:**
Campus de enseñanzas centrado en todos los elementos de la industria de la hospitalidad: Hotelería, administración, alimentos, planeación, transporte, etc. Buscando la cercanía con los hoteles de la zona, se compartirán espacios con oficinas del sector (OFVC, SETUJAL, Asociaciones, etc.).
- **La Fuente Culinaria:**
Concentración de establecimientos de alimentos y bebidas en torno a una gran fuente: Restaurantes, cafés, bares, etc.
- **Espacios para Negocios:**
Zona de usos mixtos, enfocados en actividades vinculadas a la Expo o el turismo: Salas de reuniones, oficinas de agrupaciones y organismos, hoteles, business centers, etc.

Figura 391

PROPUESTA CONCEPTUAL DEL PD1 CENTRO EXPO



- | | |
|-------------------------------------|---|
| — Vialidad | — Centro de Visitantes y Transferencia de Transporte |
| — Fuentes Monumentales | — Campus de Educación Industria de Hospitalidad |
| — Área verde / espacio abierto | — Polo de Moda de Guadalajara |
| — Corredor de Conectividad Peatonal | — Usos Mixtos: Boutiques, comercios, servicios, oficinas, vivienda, entretenimiento, capacitación |
| — La Fuente Culinaria: Gastronomía | |

FUENTE: CEURA S.A. de C.V. en base a Google Earth

Para que se logre una vinculación directa y fácil para los considerables flujos de peatones que se generarán entre el Centro Expo del lado norte de Mariano Otero y las instalaciones de la Expo del lado sur, se propone la construcción de un tramo a desnivel de los 4 carriles centrales de Mariano Otero. Para mayor información, véase Cap. 4.8.3, pág. 781.

7.3.1.4. Plan Maestro conceptual

Se propone la siguiente distribución en el marco de un Plan Maestro conceptual.

Figura 392

PLANTA GENERAL DE LA PROPUESTA PARA EL PD1 CENTRO EXPO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 393

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD1 CENTRO EXPO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 394

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD1 CENTRO EXPO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 395

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD1 CENTRO EXPO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.1.5. Evaluación del Mercado

En este apartado se realiza la evaluación de mercado para un proyecto que funcione como complemento a la Expo Guadalajara, consiste en el desarrollo de una plaza comercial, centro de visitantes, un centro gastronómico, oficinas ejecutivas, locales ,centro de visitantes e información , transportación turística, una amplia área de estacionamiento, vivienda, un hotel, un Spa y salas de cine. Cabe mencionar que se analiza una primera fase del proyecto en donde se excluye la vivienda, el hotel, spa y salas de cine.

Con el objeto de conocer la dinámica de espacios comerciales y de oficinas en la ZM de Guadalajara se presenta una síntesis de las principales tendencias. Se analiza también el perfil del visitante a la Expo Guadalajara.

7.3.1.5.A Dinámica de Centros Comerciales

En México, durante el año 2011 se registraron aproximadamente 593 centros comerciales con área rentable mayor a 16 mil metros cuadrados. Algunos ejemplos de centros comerciales en México con áreas rentables cercanas a los 10 mil metros son: las multiplazas y algunas galerías fashion sin tiendas anclas.

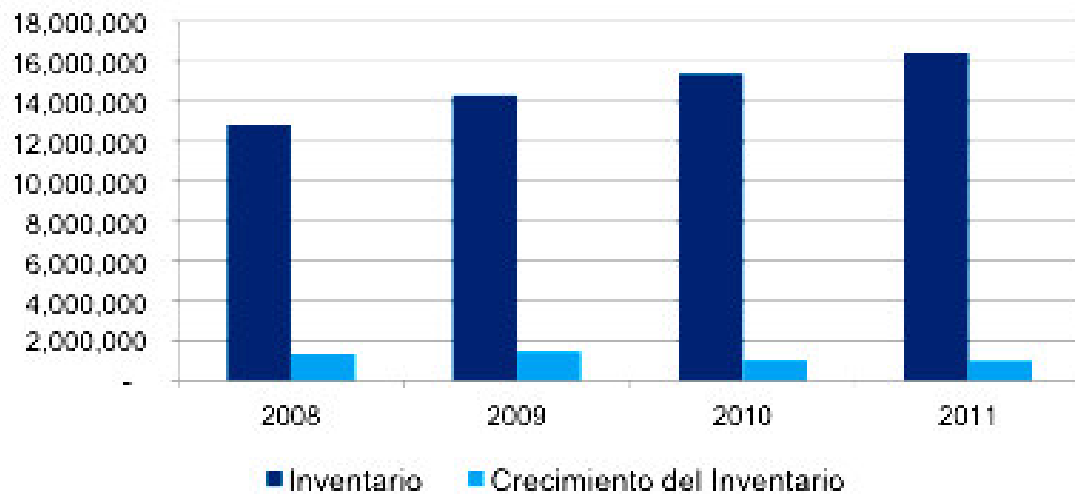
Mientras tanto, los centros comerciales en México con áreas superiores a los 50 mil metros cuadrados rentables, son los centros regionales del tipo Centro Las Américas, Centro Santa Fe y Perisur, entre otros.

El crecimiento del mercado de los centros comerciales en los últimos dos años es gigantesco y equivale a 2 dígitos.

Cuadro 215
NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES A NIVEL NACIONAL 2006-2011

AÑO	NÚMERO	TCMA
2006	383	
2007	421	9.9%
2008	464	10.2%
2009	507	9.3%
2010	547	7.9%
2011	593	8.4%

FUENTE: Colliers Lomelin

Figura 396
DINÁMICA DEL ESPACIO COMERCIAL A NIVEL NACIONAL 2008-2011 (m²)

FUENTE: Colliers Lomelin

A continuación se mencionan los datos relevantes de centros comerciales seleccionados de México.

Cuadro 216

CENTROS COMERCIALES SELECCIONADOS DE MÉXICO (1 de 2)

Centro comercial	Desarrollador	Ciudad	Tipo	Const. M²	Inversión MDD	Apertura
Las Plazas Outlet Guadalajara	G/CSA	Guadalajara	Outlet	33,000		Mediados 2004
Centro San Buenaventura	Consorcio ARA	Ixtapaluca (Edo. Mex.)	Comunitario	15,420		Diciembre 2004
Cinépolis La Paz	Organización Ramírez	La Paz B.C.S.	Comunitario	35,00	20	Julio 2003
Multiplaza Mexicali	Frisa	Mexicali	Comunitario	27,107	17	Diciembre 2004
Los Atrios	Sordo Madaleno	México D.F.	Usos Múltiples	110,000	176	2006
Plaza Delta	Grupo Danhos	México D.F.	Entretenimiento		60	2004
Reforma 222	Grupos Danhos	México D.F.	Usos Múltiples	8,000	75	2004
Galerías Valle Oriente	U-Cali y Lamosa	Monterrey	Regional	33,000	100	Mayo 2003
Las Plazas Outlet Monterrey	G/CSA	Monterrey	Outlet	33,000		Mediados 2004
Cumbres	U-Cali	Monterrey	Fashion	26,000	35	2004
Organización Ramírez	Organización Ramírez	Querétaro	Power Center	50,000	20	Nov. 04
Multiplaza Santín	Frisa	Toluca	Comunitario	12,814	5.5	Diciembre 2003
Centro Comercial Santa Fe	Coobsa	México D.F.	Usos Múltiples			3er trimestre 2005

FUENTE: International Council of Shopping Centers

Cuadro 217

CENTROS COMERCIALES SELECCIONADOS DE MÉXICO (2 de 2)

Centro comercial	Desarrollador	Ciudad	Tipo	Const. M²	Inversión MDD	Apertura
Plaza Lomas aguas Calientes	Fraccionadora Aguascalientes	Aguascalientes	Fashion	35,000		Finales 2004
Premium Outlet de México	Sordo Madaleno	Estado de México	Outlet	32,132	35	Primavera 2004
Pabellón Alamedas	Frisa	Estado de México	Outlet	12,102	5.5	Marzo 2004
Metepec	México Rotal	Metepec (Edo. Mex.)	Power Center	90,000	45	1er trimestre 2004
Centro Comercial Las Torres	Grupo Acosta Verde	Ciudad Juárez	Comunitario	45,000	60	Noviembre 2003
Plaza las Misiones	Promoción de Desarrollos Inmobiliarios	Ciudad Juárez	Comunitario	62,894		2004
Multiplaza Kabah	Frisa	Cancún	Comunitario	9,682	3.5	Julio 2004
El Punto Coacalco	Grupo EAC	Coscalco (Edo. Mex.)	Outlet			2004
Forum Culiacán	GICSA	Culiacán	Regional	49,227		Noviembre 2004
Plaza Las Américas	Organización Ramírez	Culiacán	Entretenimiento	40,000	20	Abril 2003
Por confirmar nombre	Grupo Emerson	Chetumal	Comunitario		25	2004
Centro Las Américas	Consortio ARA	Ecatepec (Edo. Mex.)	Regional	100,000		Diciembre 2004
Galería Guadalajara	Desarrollo Comercial León	Guadalajara	Regional		100	Finales 2003

FUENTE: International Council of Shopping Centers

7.3.1.5.B Clasificación de los Centros Comerciales

a) Neighborhood Center

El centro comercial más común en México es el conocido como Neighborhood Center (35 por ciento del mercado en México): 20 mil a 25 mil metros cuadrados de espacio rentable, 2 anclas -tienda de autoservicio o departamental con cines, 60-100 locales comerciales, 2-3 subanclas / Pads, 50 a 70 mil metros cuadrados de terreno, zona de influencia primaria 3-5 km radiales.

b) Fashion Mall

Como característica tienen una estructura cerrada con pasillos que conectan a las diferentes tiendas, generalmente con aire acondicionado y anclados por tiendas departamentales como Liverpool, Palacio de Hierro, Sears, etc.

c) Power Center

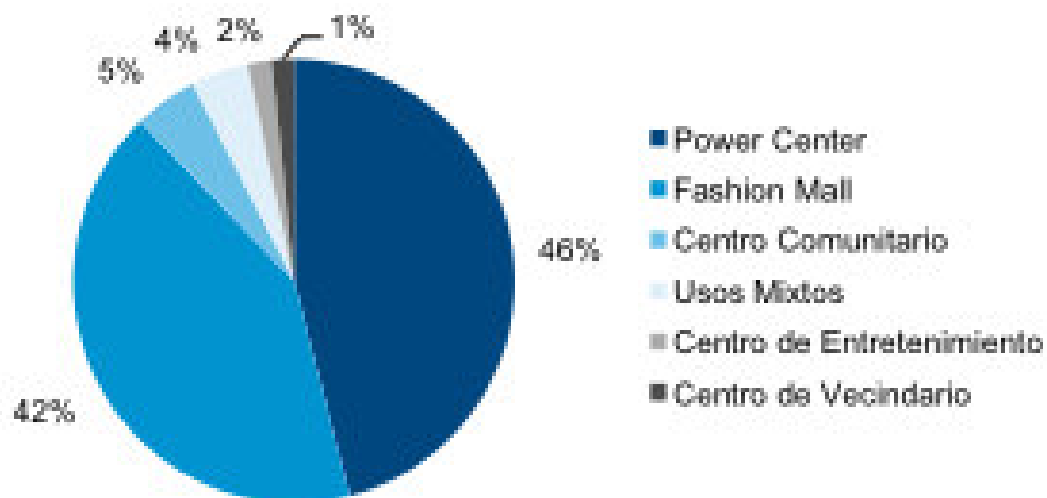
Están anclados por tiendas de Autoservicio como: Soriana, HEB, Wal-Mart, Gigante, etc.

d) Strip Center

A diferencia de los “malls”, estos están al descubierto, y por lo general los comercios se agrupan en una sola línea, en formas de “L” o “U”. También se pueden identificar por ser pequeñas plazas ubicadas al ras de la calle, y por no contar con ningún tipo de tienda ancla.

Figura 397

SEGMENTACIÓN POR CLASE DE NUEVOS ESPACIOS COMERCIALES



FUENTE: Colliers Lomelin

La Zona Metropolitana de Guadalajara está compuesta principalmente por centros comerciales tipo Fashion Mall, los cuales representan el 38% del inventario de espacios comerciales. Se monitorearon en el 2011 54 centros comerciales con una superficie rentable de aproximadamente 1'196,800m².

Cuadro 218
RENTA POR PIE CUADRADO DE ESPACIO
COMERCIAL GUADALAJARA 2011

TIPO DE CENTRO	RENTA POR PIE CUADRADO \$USD (MÍNIMO)	RENTA POR PIE CUADRADO \$USD (MÁXIMO)
Comercial Z. Centro	\$15	\$20
Neighborhood Center	\$15	\$20
Power Center	\$15	\$20
Fashion Mall	\$25	\$55

FUENTE: NAI Global

7.3.1.5.C Dinámica de espacios de oficinas

Se han identificado siete corredores de oficinas en la ZM Guadalajara: Nueva Zona Financiera, Américas/ Vallarta, Plaza del Sol, Chapultepec, Providencia, Puerta de Hierro y los alrededores.

El inventario de espacios de oficinas en la Zona Metropolitana de Guadalajara se estima en 350,000 m².

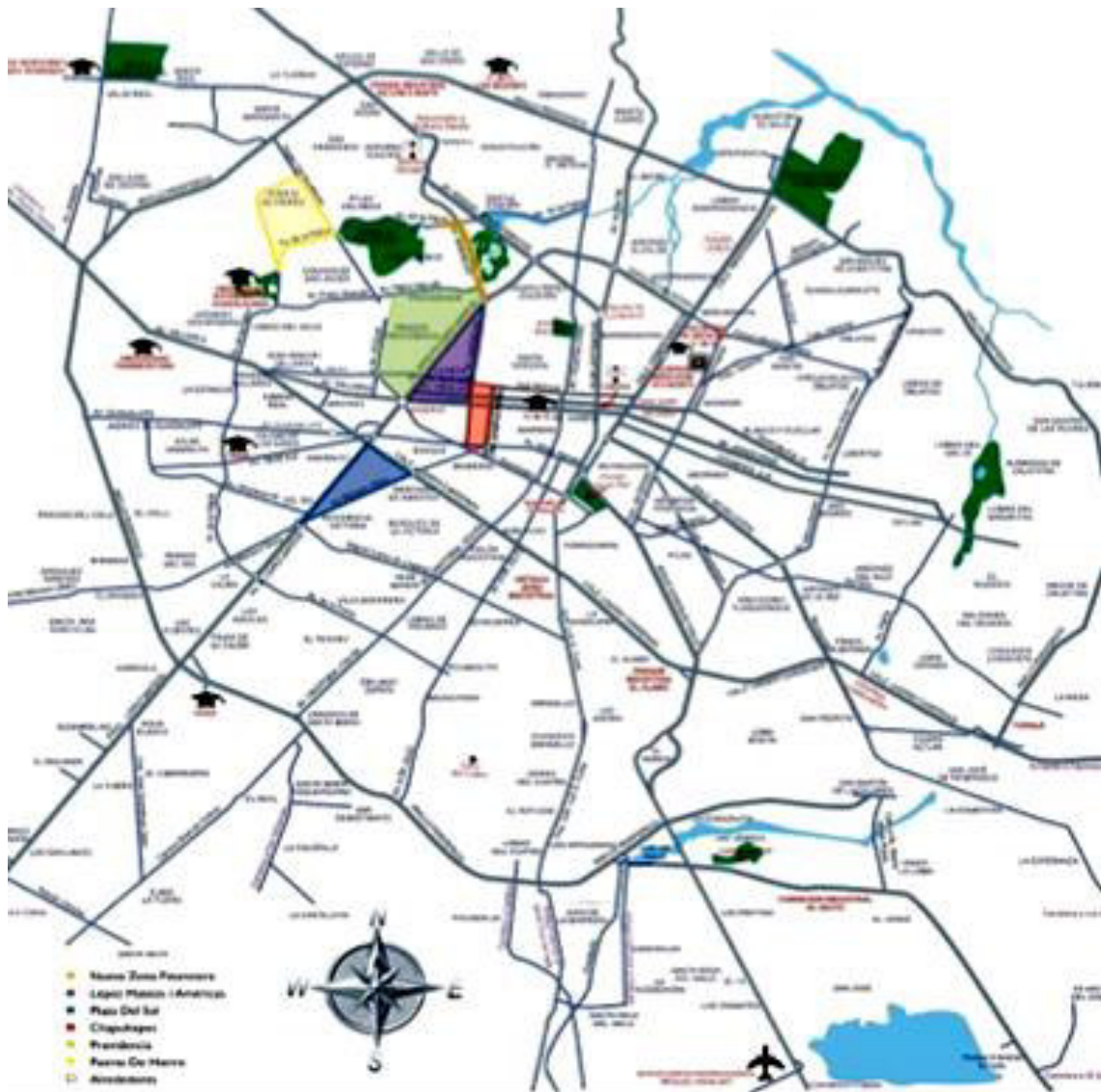
Cuadro 219
CORREDORES DE OFICINAS EN LA ZMG 2011

Superficie del inventario: 350,000 m ²	
CORREDOR	SUPERFICIE (m ²)
Nueva Zona Financiera	79,900
Américas/Vallarta	29,000
Plaza del Sol	59,300
Chapultepec	44,500
Providencia	23,400
Puerta de Hierro	96,500
Alrededores	17,400

FUENTE: Colliers Lomelin

La mayor oferta de espacio se ubica en Puerta de Hierro con 96,500 m², seguido por la Nueva Zona Financiera con 79,900 m².

Figura 398
CORREDORES DE OFICINAS EN LA ZMG



FUENTE: Colliers Lomelin

Figura 399

DISTRIBUCIÓN DEL INVENTARIO DE ESPACIOS DE OFICINAS ZMG 2011

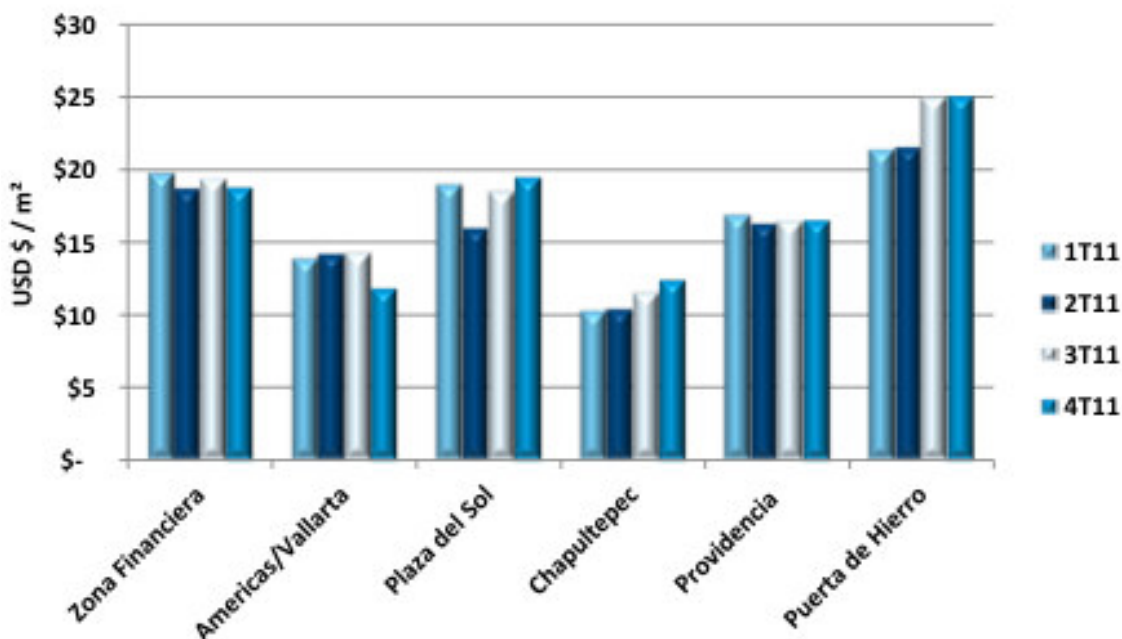


FUENTE: Colliers Lomelin

El corredor de Puerta de Hierro presenta los precios de renta por metro cuadrado más elevados, seguido por la Zona Financiera, Plaza del Sol y Providencia. El precio promedio en el corredor Puerta de Hierro se ubica en US\$25 por m².

Figura 400

RENTA EN USD / m² DE ESPACIO DE OFICINAS EN LA ZMG 2011



FUENTE: Colliers Lomelin

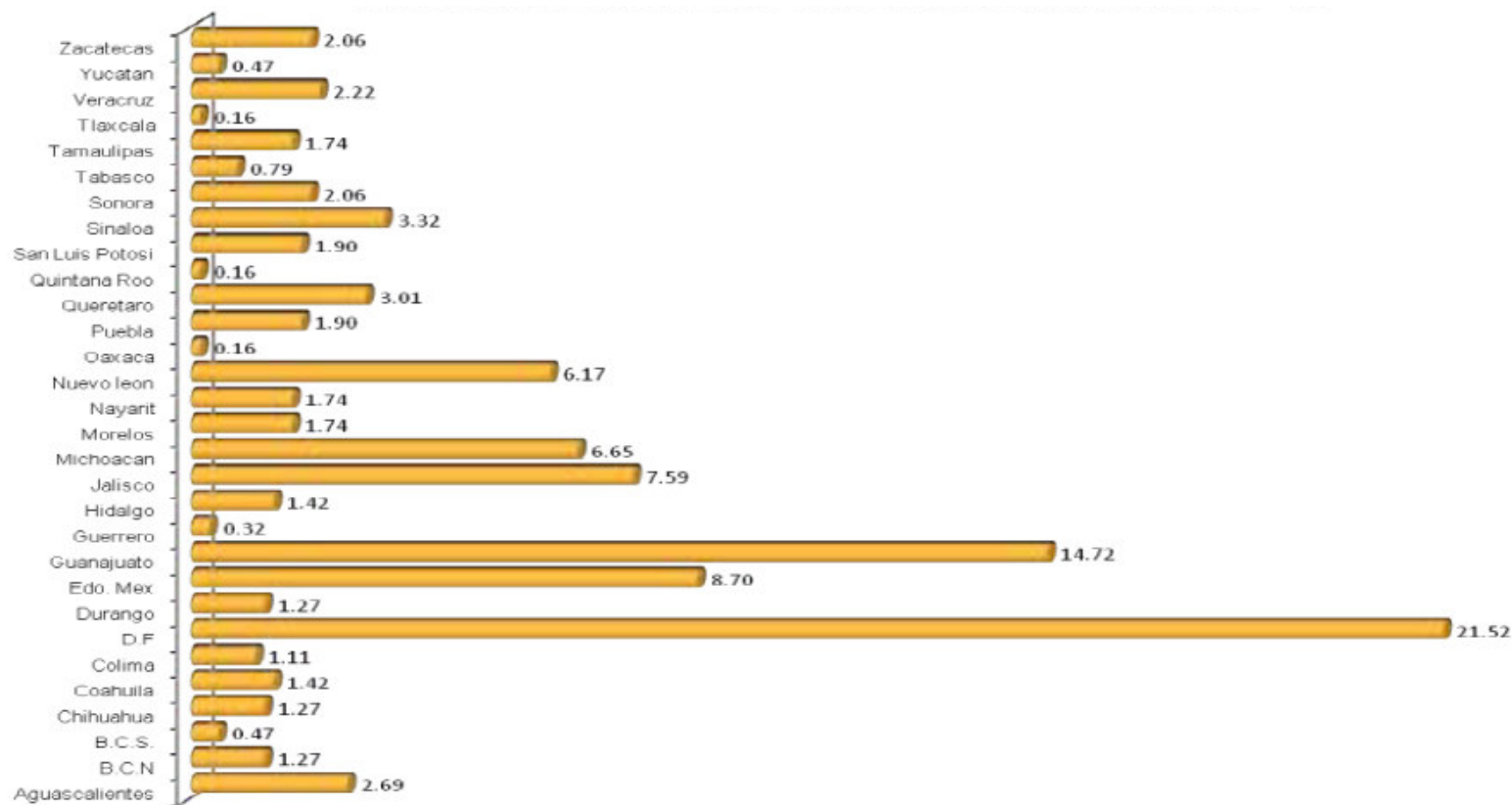
7.3.1.6. Perfil del Visitante Expo Guadalajara

Se estima que en el 2011 la Expo Guadalajara recibió 1.5 millones de visitantes y se calcula que participaron 11,805 expositores. Se estima un total de 294 eventos anuales. La segmentación de eventos fue como sigue: exposiciones 66 congresos 16, corporativos 206, sociales 2, Especiales 4.

De acuerdo al anuario estadístico de SETUJAL, el 92% de los asistentes son nacionales (Distrito Federal, Guanajuato y Estado de México, etc.) y el 8% extranjeros (Estados Unidos, España, etc.).

Figura 401

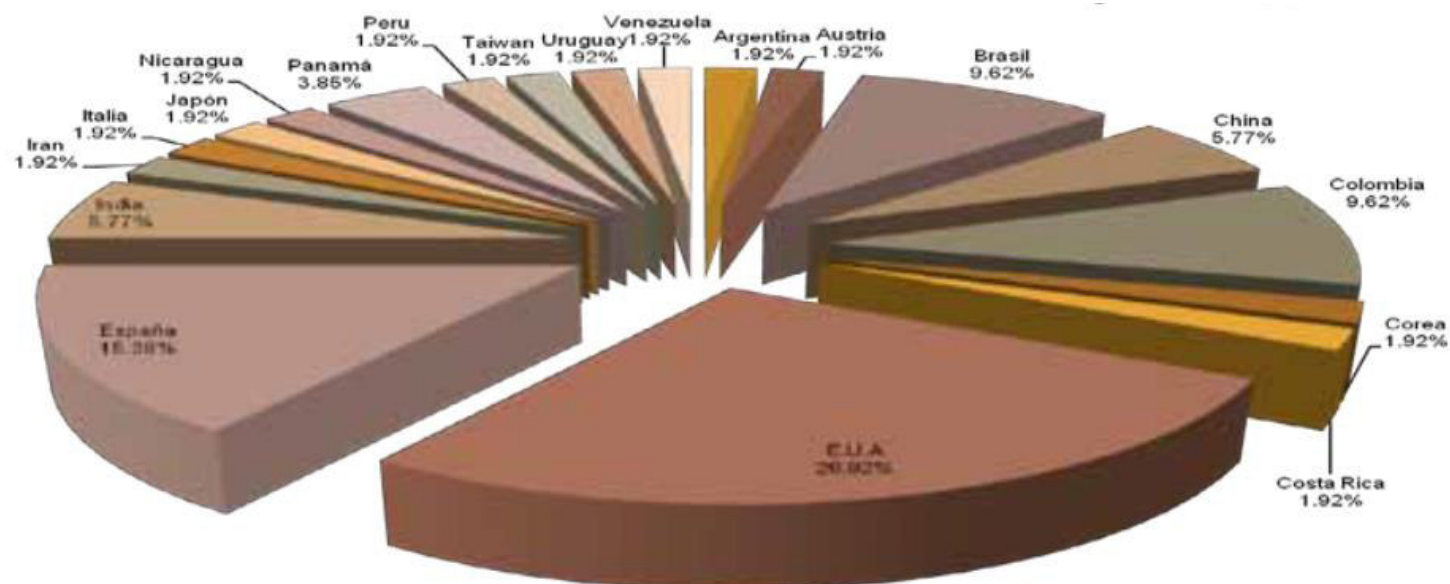
PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES NACIONALES A LA EXPO GUADALAJARA 2010



FUENTE: Dirección de Inteligencia de Mercados, Información, Estadística y Evaluación del SETUJAL, en: Anuario 2010

Figura 402

PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS 2010 (%)



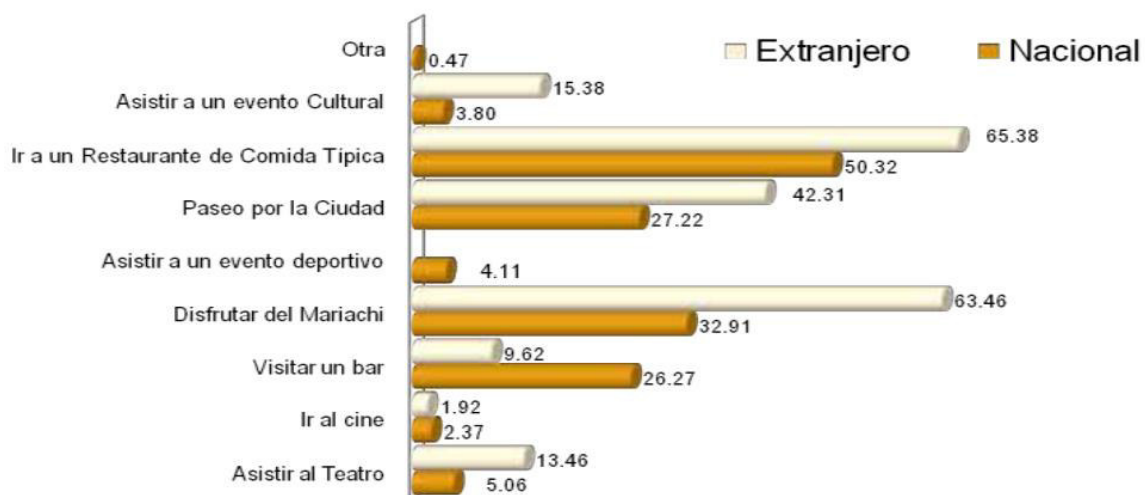
FUENTE: Dirección de Inteligencia de Mercados, Información, Estadística y Evaluación del SETUJAL, en: Anuario 2010

EL 60% de los visitantes nacionales arriba en automóvil, el resto por avión, el 100% de los extranjeros arriba en avión.

Dentro de las actividades complementarias que les gustaría realizar a los usuarios de la Expo están las siguientes:

Figura 403

ACTIVIDADES NOCTURNAS QUE LES GUSTARÍA REALIZAR 2010



FUENTE: Dirección de Inteligencia de Mercados, Información, Estadística y Evaluación del SETUJAL, en: Anuario 2010

7.3.1.7. Viabilidad financiera del proyecto

En esta sección del documento se presenta un análisis de prefactibilidad de la Primera Etapa del proyecto Centro Expo, con objeto de aportar elementos que favorezcan su viabilidad financiera y económica.

7.3.1.7.A Premisas

El proyecto que se evalúa consiste en el desarrollo de una plaza comercial, con instalaciones que propician y facilitan la transportación y la información a los turistas por parte de un gran número de operadores de servicios turísticos, y a la vez complementan y apoyan la operación de la Expo Guadalajara. Por ello el proyecto incluye una plaza comercial, un centro gastronómico, oficinas ejecutivas, locales y facilidades para la información y la transportación turística, una amplia área de estacionamiento, vivienda, un hotel, un spa y salas de cine.

El presente análisis de prefactibilidad se hace para la Primera Etapa del proyecto, lo que excluye el desarrollo del hotel, el spa, la vivienda y las salas de cine.

Dada la diversidad de productos que se contemplan en este proyecto, la evaluación se concibe para un grupo desarrollador único que construye y renta los espacios a operadores especializados, con las restricciones, imagen y filosofía diseñadas para la zona y que fueron descritas anteriormente.

La superficie estimada para el desarrollo del proyecto completo, asciende a 16.5 hectáreas, las cuales habría que adquirir desde un principio. Sin embargo, los flujos de efectivo y los indicadores de rentabilidad calculados que se muestran posteriormente, incluyen solamente el valor de la superficie de terreno necesaria para llevar a cabo la Primera Etapa, teniendo en cuenta que la superficie restante estará siempre disponible para el desarrollo de otros productos.

El valor total del terreno necesario para la Primera Etapa se supuso en 99 millones de pesos y es el segundo de los conceptos que más peso tienen en la inversión total.

La evaluación se hace a precios constantes, para un periodo de 30 años. Al final del periodo se agrega como valor residual el valor estimado del terreno de la Primera Etapa y el capital de trabajo.

Sin embargo, como los flujos del financiamiento considerado, tanto las amortizaciones de capital como el pago de intereses, se expresan en términos nominales, es decir a precios corrientes, los indicadores de rentabilidad de Valor Presente Neto y Tasa Interna de Rendimiento se calculan bajo 2 consideraciones. En la primera se incorporan a los flujos de efectivo los valores nominales del financiamiento tal como resultan en la tabla de amortización; a estos indicadores se les llama “con amortizaciones no deflactadas (CAND)”. Y en la segunda los flujos consideran amortizaciones de crédito y pagos de interés a precios constantes; en este caso los indicadores se denominan “con amortizaciones deflactadas (CAD)”. Para transformar los precios corrientes a valores actuales se considera una inflación anual del 3.6%.

El análisis financiero que se realiza es de carácter preliminar y pretende únicamente establecer la viabilidad del proyecto. Los cálculos de las inversiones y los costos se hicieron con costos paramétricos. Por esta razón, es necesario señalar que los resultados de la evaluación deben ser revisados cuando se tenga una mayor precisión sobre las características del proyecto.

7.3.1.7.B Inversiones y financiamiento

La inversión preliminar para llevar a cabo la Primera Etapa del proyecto se estima en 572 millones de pesos y su desglose se muestra en el Cuadro 186.

La evaluación considera que el proyecto se conceptualiza y empieza a desarrollar en el año 2013, que la construcción se hace durante los 2 años y que su operación empieza en el 2015.

Para la integración de los recursos necesarios para la construcción del proyecto se consideró que se adquiriría un crédito con garantía hipotecaria, por el equivalente al 50%, para pagarlo a un plazo de 10 años con una tasa de interés del 12%.

La tabla de amortización a precios corrientes es la siguiente.

Cuadro 220
TABLA DE AMORTIZACIÓN
(Cifras en miles de pesos corrientes)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Disposiciones	192,025	90,596	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo inicial	0	192,025	272,034	254,148	233,994	211,284	185,693	156,857	124,363	87,749	46,491
Intereses	0	22,473	31,682	29,413	26,857	23,977	20,731	17,074	12,953	8,310	3,077
Capital	0	10,587	17,886	20,154	22,710	25,591	28,836	32,493	36,614	41,258	46,491
Capital e intereses	0	33,060	49,568	49,568	49,568	49,568	49,568	49,568	49,568	49,568	49,568
Saldo final	192,025	272,034	254,148	233,994	211,284	185,693	156,857	124,363	87,749	46,491	0
Comisión por apertura	4,801	2,265	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 221
ESTIMACIÓN PRELIMINAR DE LA INVERSIÓN
CENTRO EXPO, PRIMERA ETAPA

Concepto	Área total	Cantidad Primera Etapa	Unidad	Precio unitario	Monto (Miles \$)
Proyectos y trámites		10	%	3,978,281	39,783
Adquisición de terreno	16.5	3.3	ha	30,000,000	99,438
Conexiones e instalaciones especiales (agua, drenaje, tratamiento y electricidad)		1	Lote	91,830,000	91,830
Construcciones e instalaciones					
Áreas de info. y reservación turística	1,050	1,050	M2	5,500	5,775
Plaza gastronómica	5,443	5,443	M2	5,500	29,937
Galería de comercios especializados	32,360	32,360	M2	5,500	177,980
Oficinas ejecutivas	728	728	M2	10,000	7,280
Terminal de transportación turística	932	932	M2	7,500	6,990
Administración y servicios generales	300	300	M2	8,000	2,400
Hotel ejecutivo (120 cuartos)	7,148	0	M2		0
Oficinas ejecutivas y vivienda	31,079	0	M2		0
Fitness center y SPA	1,456	0	M2		0
Complejo de salas de cine	12,530	0	M2		0
Andenes y maniobras	400	400	M2	1,000	400
Estacionamiento público	62,793	27,549	M2	2,600	71,627
Central de taxis	479	479	M2	1,000	479
Andenes de pasajeros	1,128	1,128	M2	1,000	1,128
Vialidades	2,243	1,202	M2	1,000	1,202
Áreas verdes, cuerpos de agua y reserva	87,545	2,000	M2	400	800
Subtotal					305,998
Gastos preoperativos		2	meses		11,277
Capital de trabajo		3	meses		16,916
Subtotal ^{1/}					565,130
Gastos financieros					7,066
Total					572,308

1/ Sin incluir gastos financieros.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.1.7.C Flujo del proyecto durante la inversión

La composición de los recursos que hacen viable la realización del proyecto es como se muestra a continuación (cifras en millones de pesos constantes):

Cuadro 222

FLUJO DEL PROYECTO DURANTE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	ELEMENTO	COSTO
ORIGEN DE LOS RECURSOS	Aportaciones de capital	322
	Financiamiento	283
	Suma	605
APLICACIÓN	Proyecto y construcciones	537
	Gastos preoperativos	11
	Capital de trabajo	17
	Pago de créditos e intereses	33
	Comisiones financieras	7
	Suma	605

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Este origen y aplicación de recursos se refiere a la situación acumulada en los 2 primeros años de análisis, durante la etapa de construcción. Para el desglose por año durante todo del periodo de análisis, véase Cuadro 226, pág. 946.

7.3.1.7.D Cálculo de ingresos

Los visitantes a las instalaciones del proyecto serán los turistas de Guadalajara, sus habitantes y los asistentes a los eventos de la Expo Guadalajara.

Los ingresos del proyecto provendrán del pago de rentas que los diferentes comerciantes y operadores de servicios turísticos pagarán por el uso de las respectivas áreas y por el cobro de tarifas de estacionamiento. El análisis considera que los espacios rentables son el 80% de las áreas techadas, con excepción del área destinada a la terminal de pasajeros cuyo espacio rentable se estima en 60%, y que estos espacios se ocupan en 80% el primer año, en 90% el segundo y completamente a partir del tercero.

Se consideró que los cajones de estacionamiento público tendrían una rotación promedio de 2 veces al día y que los cajones para el abordaje de vehículos de servicios turísticos se ocuparían 4 veces al día.

Los cálculos de ocupación de las áreas rentables y el número de vehículos anuales que harían uso de los estacionamientos se muestra a continuación.

Cuadro 223
OCUPACIÓN DE ÁREAS RENTABLES

CONCEPTO	2015	2016	2017	2020	2030
Info y reservación turística (m2)	672	756	840	840	840
Plaza gastronómica (m2)	3,484	3,919	4,354	4,354	4,354
Comercios especializados (m2)	20,710	23,299	25,888	25,888	25,888
Oficinas ejecutivas (m2)	466	524	582	582	582
Terminal de transporte turístico (m2)	447	503	582	582	582
Estacionamiento público (vehículos)	595,680	670,140	744,600	744,600	744,600
Andenes de pasajeros (vehículos)	11,680	13,140	14,600	14,600	14,600

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Las rentas y las tarifas de estacionamiento considerados fueron los siguientes:

- La renta de espacios de locales para la información y reservación turística, en 4,200 pesos por metro cuadrado al año. Estos espacios deberán ser ocupados exclusivamente por funcionarios y operadores de servicios turísticos, en los que se incluyen áreas tales como centro de visitantes, OFVC de Jalisco, centros de información, promoción y reservaciones, etc.
- La renta de locales comerciales se consideró en 5,400 pesos anuales por metro cuadrado.
- La renta de oficinas ejecutivas en 3,600 pesos por metro cuadrado al año.
- La renta de locales en la terminal de pasajeros a operadores de servicios de transportación turística, en 8,400 pesos por metro cuadrado al año. (Sólo se renta el 60% del área disponible; el área restante es pública)
- La tarifa del estacionamiento público en 30 pesos por vehículo particular y 50 pesos por vehículo de transporte turístico.

7.3.1.7.E Costos de operación

La evaluación considera los siguientes costos:

Operación	20 % de los ingresos del depto.
Administrativos y generales	11.0 % de los ingresos totales
Mercadotecnia y publicidad	6.0 % de los ingresos totales
Energía y mantenimiento	6.0 % de los ingresos totales
Impuestos y seguros	0.7 % de los ingresos totales

Se consideró adicionalmente el pago del 10% de las utilidades para el Reparto de utilidades a los trabajadores y el 28% de las utilidades para el pago del Impuesto sobre la renta.

7.3.1.7.F Resultados de la evaluación

En los siguientes cuadros se muestran los estados financieros proformas calculados para el proyecto, compuestos por el Estado de resultados, el Origen y Aplicación de recursos y el Balance general. Los principales resultados de rentabilidad del análisis se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 224
RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

CONCEPTO	CAND ^{1/}	CAD ^{2/}
Rentabilidad		
Del proyecto		
Año de recuperación	2022	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	456	456
T. I. R. (%)	12.0	12.0
Del capital		
Año de recuperación	2023	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	46,241	87,640
T. I. R. (%)	13.8	15.6
Utilidad de operación / ventas (%) (2017)	57.0	
Utilidad a. de imp. / ventas (%) (2017)	29.6	
Utilidad neta / ventas (%) (2017)	19.2	
Utilidad neta / activo (%) (2017)	6.2	
Utilidad neta / aport. capital (%) (2017)	11.7	
Liquidez (año 2017)		
Activo circulante / pasivo circulante	5.0	
Solvencia (año 2017)		
Pasivo / patrimonio	0.5	
Pasivo / activo	0.3	

1/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios nominales.

2/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios constantes.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 225
ESTADO DE RESULTADOS (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Ingresos														
Inf. y reservación turística	0	0	2,823	3,175	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528	3,528
Plaza gastronómica	0	0	18,811	21,162	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514	23,514
Comercios	0	0	111,836	125,816	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795	139,795
Oficinas ejecutivas	0	0	1,677	1,887	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097	2,097
Terminal de transp. turist.	0	0	3,758	4,227	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697	4,697
Estacionamiento público	0	0	17,870	20,104	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338	22,338
Andenes de pasajeros	0	0	584	657	730	730	730	730	730	730	730	730	730	730
Suma	0	0	157,359	177,029	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699	196,699
Costos de operación														
Costos de operación	0	0	31,472	35,406	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340	39,340
Gastos no distribuidos														
Admon. y grales.	0	0	17,310	19,473	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637	21,637
Mercadotecnia y ventas	0	0	9,442	10,622	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802
E. y mantenimiento	0	0	9,442	10,622	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802	11,802
Suma compras y gastos	0	0	67,664	76,123	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581	84,581
Utilidad de operación	0	0	89,695	100,907	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118	112,118
Cargos fijos														
Impuestos y seguros	0	0	1,102	1,239	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377	1,377
Depreciaciones	0	0	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	19,891	19,891
Intereses nominales	0	22,473	31,682	29,413	26,857	23,977	20,731	17,074	12,953	8,310	3,077	0	0	0
Suma	0	22,473	58,487	56,356	53,938	51,058	47,812	44,155	40,034	35,390	30,158	27,081	21,268	21,268
Utilidad antes ISR y PTU	0	-22,473	31,208	44,550	58,180	61,061	64,306	67,963	72,084	76,728	81,961	85,038	90,850	90,850
PTU	0	0	873	4,455	5,818	6,106	6,431	6,796	7,208	7,673	8,196	8,504	9,085	9,085
ISR	0	0	2,201	11,227	14,661	15,387	16,205	17,127	18,165	19,335	20,654	21,429	22,894	22,894
Utilidad neta	0	-22,473	28,133	28,869	37,701	39,567	41,670	44,040	46,711	49,720	53,110	55,104	58,871	58,871

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 226
ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Origen de los recursos														
Generación de efectivo														
Utilidad neta	0	-22,473	28,133	28,869	37,701	39,567	41,670	44,040	46,711	49,720	53,110	55,104	58,871	58,871
(+) Depreciaciones	0	0	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	19,891	19,891
Suma	0	-22,473	53,837	54,572	63,405	65,271	67,374	69,744	72,415	75,424	78,814	80,808	78,762	78,762
Aportaciones	196,826	125,921	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financiamiento	192,025	90,596	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	388,850	194,044	53,837	54,572	63,405	65,271	67,374	69,744	72,415	75,424	78,814	80,808	78,762	78,762
Aplicación de recursos														
Inversiones														
Proys. y trámites	39,783	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Adquisición de terreno	99,438	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instal. especiales	91,830	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Construcciones	152,999	152,999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	384,050	152,999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos preoperativos	0	11,277	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	16,916	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	4,801	2,265	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	388,850	183,457	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago créditos	0	10,587	17,886	20,154	22,710	25,591	28,836	32,493	36,614	41,258	46,491	0	0	0
Suma	388,850	194,044	17,886	20,154	22,710	25,591	28,836	32,493	36,614	41,258	46,491	0	0	0
Saldo	0	0	35,951	34,418	40,694	39,681	38,538	37,251	35,800	34,166	32,324	80,808	78,762	78,762
Saldo acumulado	0	0	35,951	70,369	111,064	150,744	189,282	226,533	262,333	296,499	328,823	409,631	488,393	882,205

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 227

BALANCE GENERAL PROFORMA (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Activo														
Capital de trabajo	0	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916	16,916
Excedentes de efectivo	0	0	35,951	70,369	111,064	150,744	189,282	226,533	262,333	296,499	328,823	409,631	488,393	882,205
<i>Activo circulante</i>	0	16,916	52,867	87,285	127,980	167,660	206,198	243,449	279,249	313,415	345,739	426,547	505,309	899,121
Activo remanente	388,850	555,392	555,392	529,688	503,984	478,280	452,576	426,872	401,168	375,464	349,760	324,056	298,352	198,895
Depreciación anual	0	0	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	25,704	19,891	19,891
<i>Activo fijo neto</i>	388,850	555,392	529,688	503,984	478,280	452,576	426,872	401,168	375,464	349,760	324,056	298,352	278,461	179,004
<i>Activo total</i>	388,850	572,308	582,555	591,269	606,260	620,236	633,070	644,617	654,713	663,175	669,795	724,899	783,770	1,078,125
Pasivo														
Pasivo circulante	10,587	17,886	20,154	22,710	25,591	28,836	32,493	36,614	41,258	46,491	0	0	0	0
Pasivo fijo	181,438	254,148	233,994	211,284	185,693	156,857	124,363	87,749	46,491	0	0	0	0	0
<i>Pasivo total</i>	192,025	272,034	254,148	233,994	211,284	185,693	156,857	124,363	87,749	46,491	0	0	0	0
Patrimonio														
Aportaciones	196,826	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747	322,747
Utilidad neta	0	-22,473	28,133	28,869	37,701	39,567	41,670	44,040	46,711	49,720	53,110	55,104	58,871	58,871
Utilidad acum.	0	-22,473	5,660	34,528	72,229	111,797	153,467	197,507	244,218	293,938	347,048	402,152	461,023	755,378
<i>Patrimonio total</i>	196,826	300,273	328,407	357,275	394,976	434,543	476,214	520,254	566,965	616,684	669,795	724,899	783,770	1,078,125
Pasivo + patrimonio	388,850	572,308	582,555	591,269	606,260	620,236	633,070	644,617	654,713	663,175	669,795	724,899	783,770	1,078,125

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.2. Proyecto Detonador 2: Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería

Para mayor información sobre la reserva territorial, véase Cap. 5.2, pág. 830.

7.3.2.1. Contexto: Situación Actual

- A pesar de ser “La Cuna de la Mexicanidad”, la ZMG no cuenta con un espacio turístico digno e integrado en torno al tema de los Mariachis ni de la Charrería.
- A pesar de que hay un pequeño Museo del Tequila en el Palacio del Gobierno, este no parece ser suficiente para reflejar la importancia que tiene esta bebida para la idiosincrasia tapatía y la mexicana, y su percepción a nivel mundial.
- La actual Plaza del Mariachi no aprovecha adecuadamente todo el potencial que ofrece este atractivo cultural ancla, ya que se trata en realidad de una pequeña calle llenada de mesas y sillas, obstaculizando su uso peatonal y urbano.
- La colindante Plaza del Mercado de San Juan de Dios se encuentra desvinculada de la Plaza del Mariachi y del Templo de San Juan de Dios, además de contar con numerosos desniveles y amplios espacios obsoletos que no la dejan percibir como una gran plaza.
- El libre flujo de peatones y turistas en toda la zona se encuentra dificultado por numerosos obstáculos: Grandes vialidades, desniveles, escaleras, pasarelas, vendedores ambulantes, etc.

Figura 404

CONTEXTO: SITUACIÓN ACTUAL DE LA ZONA PARA EL PROYECTO



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth

7.3.2.2. Propuesta conceptual

Se hace la siguiente propuesta conceptual para un nuevo Museo del Mariachi, Tequila y Charrería integrado a la Gran Plaza del Mariachi:

Figura 405

PROPUESTA CONCEPTUAL PARA LA GRAN PLAZA DEL MARIACHI



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.2.3. Elementos propuestos

El proyecto tiene los siguientes elementos:

- Museo del Mariachi, del Tequila y de la Charrería, ubicado encima de Av. Independencia sobre una extensión nueva de la plancha de la Plaza Tapatía, con:
 - Sala del Mariachi
 - Sala del Tequila
 - Sala de la Charrería
 - Restaurantes de especialidades regionales y comida típica en planta baja sur, orientadas hacia afuera
 - Locales de comercio especializado en planta baja centro, orientadas hacia afuera.
 - Restaurante, Bar y Lounge panorámico en la azotea del edificio.
 - Sanitarios públicos.
 - Administración y servicios generales
 - Áreas verdes y espacios abiertos

- Gran Plaza del Mariachi
 - Gran Plaza del Mariachi: Actual Plaza del Mercado de San Juan, despejada de elementos de interferencia como desniveles, jardineras, bardas, etc.
 - Gran escalera de gradas, para magnos conciertos, que genera la vinculación caminable entre el nivel del Museo del Mariachi, Tequila y Charrería en lo alto arriba de la Av. Independencia por un lado, y por el otro lado abajo la actual Plaza del Mercado de San Juan de Dios.
 - Escenario-plataforma frente a la gran escalera de gradas, integrado en la Gran Plaza del Mariachi, para conciertos grandes.
 - Pequeñas plataformas incrustadas dentro de las gradas, para pequeños conciertos privados.
 - Escalera de agua.

- Elementos de sombra y elementos de arquitectura de paisaje en la Gran Plaza, que generen espacios más íntimos para pequeños conciertos para grupos privados.
- Paso a desnivel de Av. Javier Mina – Juárez, y extensión de la Gran Plaza por arriba de este eje vial, creando una sola plaza (“Gran Plaza”) delimitada por la Iglesia de San Juan de Dios en el sur, el Mercado de San Juan de Dios en el oriente, el Centro Joyero y la Plaza Tapatía en el norte, y el nuevo Museo del Mariachi, Tequila y Charrería en el poniente.
- Se mantendrá la vialidad de acceso que pasa en frente del Mercado actualmente, por su importancia para la accesibilidad turística.
- Se sugiere la construcción de espacios de estacionamiento para autobuses por debajo de la nueva plancha que comunicará la Gran Plaza del Mariachi con la actual Plaza Tapatía.
- Es importante crear una comunicación peatonal amplia y de fácil acceso entre la Gran Plaza del Mariachi por un lado y por el otro la actual Plaza Pablo Neruda con la calle de Pedro Moreno, al sur del futuro Museo del Mariachi y cerrando la extensión de la nueva plancha por encima de Av. Independencia.

Figura 406

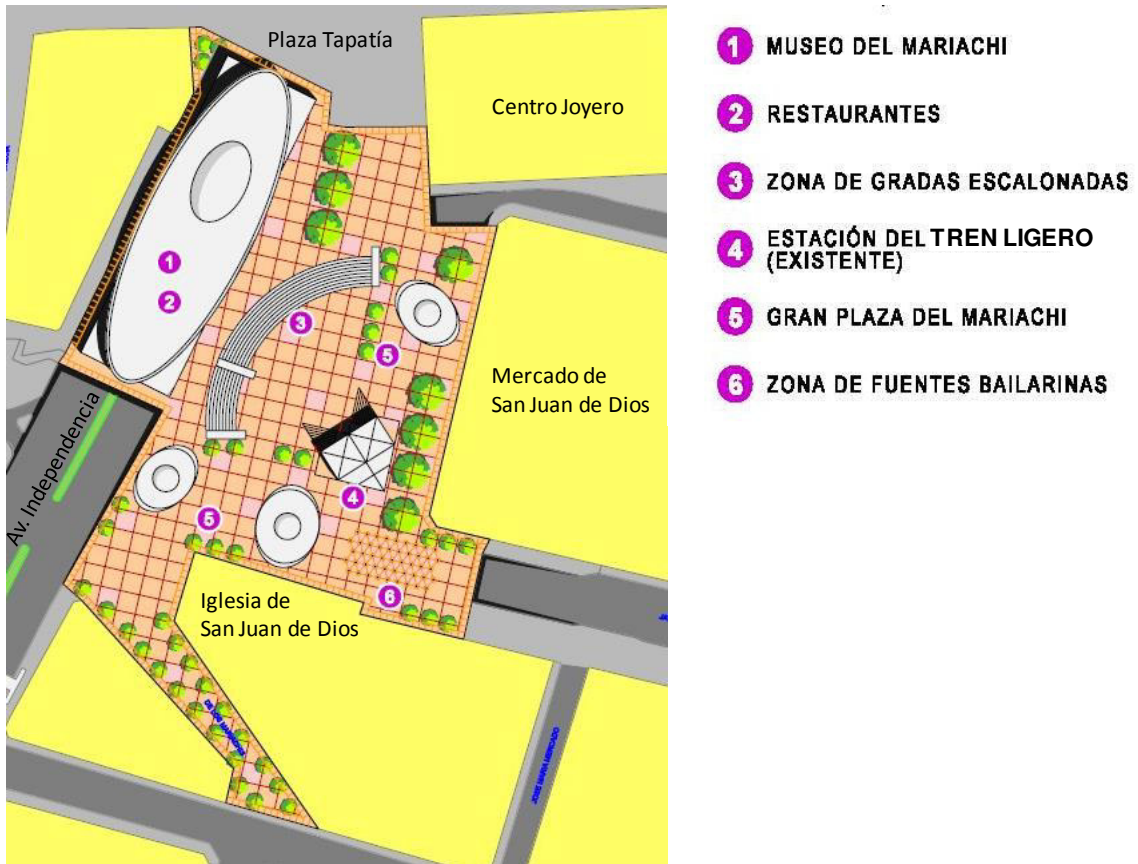
**PLAN MAESTRO DE LA GRAN PLAZA Y MUSEO DEL
MARIACHI, TEQUILA Y CHARRERÍA**



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 407

**PLANTA GENERAL DE LA PROPUESTA PARA LA
GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI, TEQUILA Y CHARRERÍA**



FUENTE: CEJRA S.A. de C.V.

Figura 408

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD2 GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 409

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD2 GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 410

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD2 GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 411

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD2 GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.2.4. Evaluación de Mercado

El turismo cultural está tomando una relevancia cada vez más notoria a nivel mundial. Las personas arriban a un destino interesados en conocer la cultura de una ciudad, pueblo, comunidad y conocer su conjunto de valores, creencias, representaciones, costumbres. En ese sentido, cobra cada vez más fuerza el turismo cultural, un ámbito en el que Jalisco tiene numerosos atractivos, destacando sobre todo los emblemas de la Mexicanidad: El Mariachi, el Tequila y la Charrería.

La Gran Plaza y Museo de Mariachi, Tequila y Charrería pretende ser un espacio de experiencias, de difusión, convivencia y exaltación de lo mexicano, generando entre los visitantes nacionales un sentido de identidad, pertenencia y orgullo en el visitante, y entre los internacionales una ventana hacia esta Mexicanidad.

Lourdes Arizpe subraya que “en un gran número de países del mundo la cultura y la identidad de los mexicanos es reconocida por su originalidad¹. Esta originalidad se forjó en el crisol de las altas culturas mesoamericanas y en el diálogo con una gran diversidad de culturas del mundo. Podría caracterizarse la cultura mexicana de acuerdo a muchos criterios, pero pueden mencionarse tres cualidades por las que sobresale su historia y su práctica cultural: la monumentalidad, la originalidad y la creatividad.”

En una encuesta desarrollada entre migrantes mexicanos en Nueva York² se preguntó “¿Cuáles son las tres cosas que más le gustan de la cultura mexicana?”. Se alternan respuestas tales como “el don creativo, la templanza del pueblo, la alegría”; “las tradiciones, más inocencia, más convivencia entre vecinos: hay sentido de comunidad”; “la música regional, la historia, los museos son interesantes pues nuestra historia es bastante larga”; “las tierras, los pueblos, la creatividad, y el genio y las invenciones de la gente”; “la calidad y la unión de la gente”; “la cocina, la forma en que se relaciona la gente, la historia”.

¹ Lourdes Arizpe (2011): Cultura e identidad - Mexicanos en la era global; en: Revista de la Universidad de México UNAM, Nueva Época | Número 92 | Octubre 2011 | ISSN en Trámite con Número de Folio 493 | Revista Mensual.

² Migración masiva, cultura creativa (2011); en: Revista de la Universidad de México UNAM, Nueva Época | Número 92 | Octubre 2011 | ISSN en Trámite con Número de Folio 493 | Revista Mensual.

En esa encuesta, al hablar de lo que les gusta e identifica con México, 40.2 por ciento se refirieron a aspectos de la cultura: Historia, tradiciones, fiestas, patrimonio cultural y 10.4 por ciento a la gastronomía. Lo que resalta también por cierto es que 17.4 por ciento destacaron aspectos de la convivencia: La calidez, el trato y el apoyo entre la gente. El resto de las respuestas se repartieron entre temas tales como el mariachi, las fiestas y tradiciones y el tequila.

En gran número de estudios y encuestas que no es posible citar aquí, se ha reiterado que existe entre los mexicanos una constelación de códigos identitarios. Entre ellos pueden mencionarse: la tierra, la historia y la convivencia.

Como destaca Cristina Palomar³, “la imagen que ha representado la mexicanidad más frecuentemente es la figura del charro, ese varón que usa un traje propio para montar a caballo, un sombrero de ala ancha y que lleva una soga, además de una pistola. Esta imagen ha dado la vuelta al mundo y es reconocida en todas partes como propia de México, a pesar de la pluralidad cultural y étnica que contiene la nación. La creación de estereotipos nacionalistas ligados a figuras masculinas es propia de la era moderna en la que las necesidades de definición del individuo se vinculan, por una parte, con los procesos del nacionalismo y de la búsqueda de identidades apropiadas.

Sin embargo, aunque se trata de un estereotipo nacionalista, el charro es, sobre todo, el representante de los pobladores de la región Occidente de México, lo cual quiere decir que el símbolo nacional mexicano es el símbolo de Jalisco y su región.

Es decir, se trata de un estereotipo particular que viene a representar a un universo amplio y variado, para producir una imaginaria homogeneidad que se sobrepone a la enorme diversidad real existente en el territorio nacional. El efecto es la producción de esa imagen que hoy se repite, de que ‘Jalisco es México’. A partir de aquí podemos afirmar que el charro representa la construcción de un discurso nacionalista fincado en una paradoja: la de una nación definida por su relación con una de sus regiones, la región Occidente.

³ Cristina Palomar: El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del Occidente de México (2004); en: Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe 76, abril de 2004 | 83

El hecho de que la figura específica del charro haya sido puesta en los escenarios nacionales e internacionales como representante de ‘lo mexicano’ responde a una serie de motivos y entraña diversos sentidos – que ya han sido explorados por algunos autores (Meyer 1991; Pérez Montfort 1994; Carreño 2000) – relacionados con el proceso de la conformación de la Nación Mexicana, con el proceso de la construcción del Estado moderno después de la Revolución, y de la producción de los discursos nacionalistas y de la identidad mexicana que dicho proceso conllevó.

La charrería es, además de una vía importante para la producción de los sujetos locales, un campo que ha dado lugar al surgimiento del estereotipo que participa en el proceso de la construcción del sujeto nacional moderno. Su potencial como modelo de moralidad y de comportamiento se deriva de la existencia real de los individuos que conforman la comunidad charra, que refrenda la veracidad y la vigencia de los ideales que encarna el personaje charro, poniéndolo en escena a través de distintos dispositivos: la fiesta charra o charreada, los desfiles, los distintos festejos y ceremonias, y otros (Palomar 2003).

Los charros pueden entenderse como una comunidad en la medida en que han construido un ámbito humano en el que su acción social se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de constituir un todo, y siendo dicha acción recíprocamente referida. Se trata, además, de una comunidad cultural, en la medida en que la interacción social que está en su base se sostiene por una red de significados compartidos y vivencia dos subjetivamente de manera similar, no solamente de manera racional sino también emocionalmente.”

El tequila, de acuerdo con la norma mexicana NOM-006-SCFI-2005, se define como sigue⁴: “Bebida alcohólica regional obtenida por destilación de mostos, preparados directa y originalmente del material extraído, en las instalaciones de la fábrica de un Productor Autorizado la cual debe estar ubicada en el territorio comprendido en la Declaración, derivados de las cabezas de Agave tequilana weber variedad azul, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no.

⁴ Consejo Regulador del Tequila www.crt.org.mx

Siendo susceptibles los mostos de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente en la formulación con otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa, en los términos establecidos por esta NOM y en la inteligencia que no están permitidas las mezclas en frío. El Tequila es un líquido que, de acuerdo a su clase, es incoloro o coloreado cuando es madurado o cuando es abocado sin madurarlo.”

El tequila es un aguardiente elaborado en una pequeña región de México. Se produce a partir de la destilación del mosto fermentado obtenido del corazón de una planta conocida como "agave azul". A este corazón de la planta, semejante a una gigantesca piña, se le denomina también "mezcal". En náhuatl quiere decir "la casa de la luna" y se usa para significar el meollo, la esencia, el centro, etc. Se trata de un producto del encuentro de dos mundos, pues utiliza una técnica originaria del continente europeo para transformar una materia muy antigua y característica de la tierra americana.

En México, a partir de algún tipo de los doscientos agaves diferentes con que se cuenta, se obtienen de ciertos lugares otras bebidas agüerdosas similares. Éstas reciben el nombre genérico de mezcal y toman el apellido de la población donde nacen. De esta manera, tenemos el mezcal de Oaxaca, el de Cotija, el de Quitupan, el de Tonaya, el de Tuxcacuesco, el de Apulco, etc.

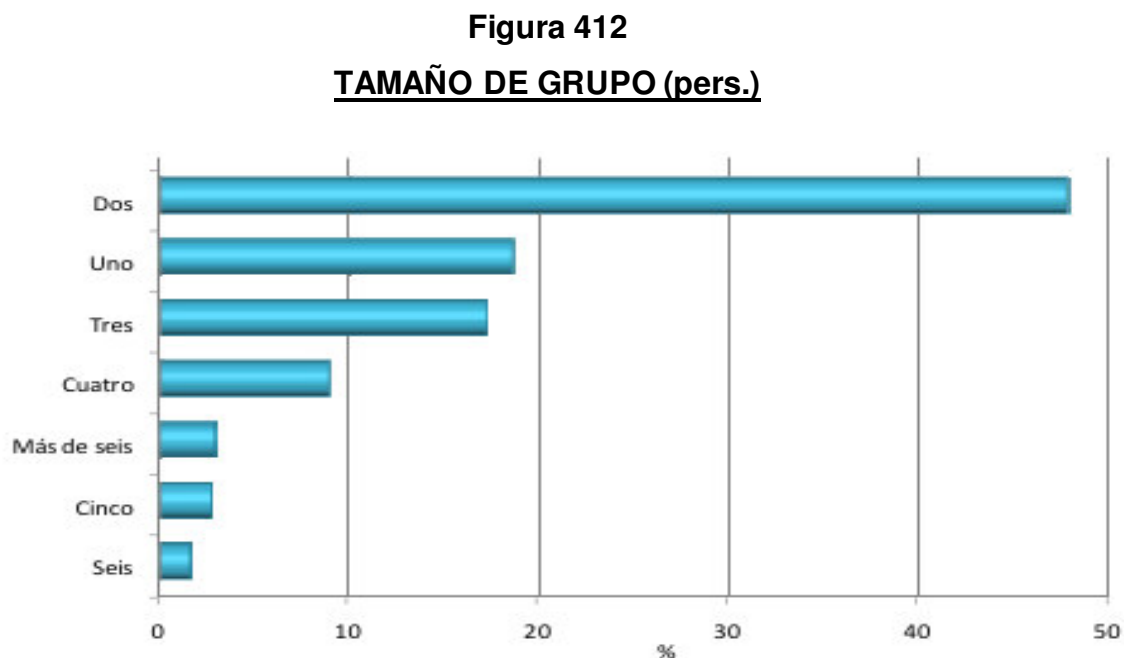
Pero no cabe la menor duda de que el más famoso de todos es el mezcal de Tequila, cuyo apelativo se debe a una antigua y dinámica población que se encuentra a unas quince leguas de Guadalajara, en el camino de esta ciudad hacia el norte se encuentra el puerto de San Blas de Nayarit, en la costa del Pacífico.

En sus alrededores, y por todo el terreno que correspondía durante la época colonial al Corregimiento de Tequila, se da muy bien el agave azul, y en muchas partes se yerguen grandes y pequeñas fábricas del prestigiado licor conocido antes de la simplificación publicitaria como "vino de mezcal de Tequila". Por una razón u otra, el tequila se considera ahora la bebida alcohólica "mexicana por excelencia", así como los mariachis y los charros jaliscienses constituyen en el extranjero el arquetipo de toda la música de México y de todos los que vivimos en este país. De hecho, ahora el mariachi se viste de charro y no se concibe bebiendo otra cosa que no sea tequila.

7.3.2.5. Perfil de Visitantes a Museos

7.3.2.5.A Perfil de Visitantes a Museos en México.

En una encuesta realizada por CONACULTA en el año 2009⁵ en donde participaron una muestra de museos ubicados en el DF, Guadalajara y Puebla, se mostró el siguiente perfil de visitantes:

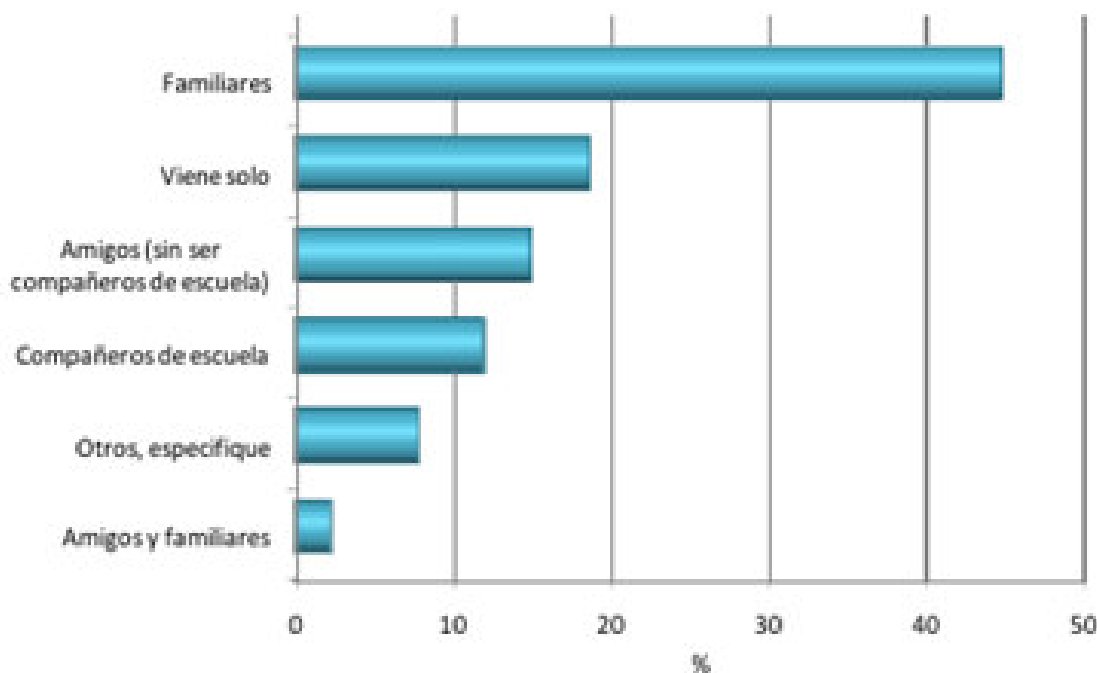


FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

⁵ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes CONACULTA / Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional (2009): Encuesta a públicos de museos 2008-2009

En referencia al perfil sociodemográfico de los visitantes, el estudio indica que “de acuerdo a las observaciones y según los datos conseguidos a través de los encuestados, el tamaño de los grupos con mayor recurrencia en los museos es el rango de “Dos” personas con casi la mitad del total de la muestra (47.8%). Con gran distancia sigue el rango de “Uno” (sin acompañantes) con 18.6% y el rango de los grupos de “Tres” con 17.2%. Destacan los grupos grandes por sus bajos porcentajes, entre ellos se encuentran los grupos de “Más de seis”, “Cinco” y “Seis” con 2.9%, 2.8% y 1.6% respectivamente”.

Figura 413
TIPO DE GRUPO



FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

El estudio indica que “asistir en compañía de “Familiares” resultó ser claramente la forma más notable de visita a los museos con casi 50% del total de encuestados. “Viene solo” también se mostró relevante con un 18.5% mientras que en el otro extremo acudir con “Amigos y familiares” obtuvo apenas 2.2%”.

Con la intención y el objetivo de conocer el impacto y la zona de influencia de los museos, se realizó una pregunta sobre el lugar de procedencia de los visitantes.

Cuadro 228
PROCEDENCIA

Lugar de procedencia	%	Lugar de procedencia	%
Distrito Federal	52.3	Tamaulipas	0.2
México	23.4	Sinaloa	0.2
Puebla	10.4	Chihuahua	0.2
Jalisco	7.1	Zacatecas	0.2
Morelos	0.6	Aguascalientes	0.2
Tlaxcala	0.5	San Luis Potosí	0.2
Veracruz	0.5	Baja California Sur	0.1
Baja California	0.4	Chiapas	0.1
Guanajuato	0.4	Coahuila de Zaragoza	0.1
Michoacán de Ocampo	0.4	Nayarit	0.1
Querétaro de Arteaga	0.4	Colima	0.1
Nuevo León	0.4	Yucatán	0.1
Hidalgo	0.4	Campeche	0.1
Oaxaca	0.3	Tabasco	0.1
Guerrero	0.3	Sonora	0.1
Quintana Roo	0.2	Durango	0.0
Total	97.9	Total	2.1

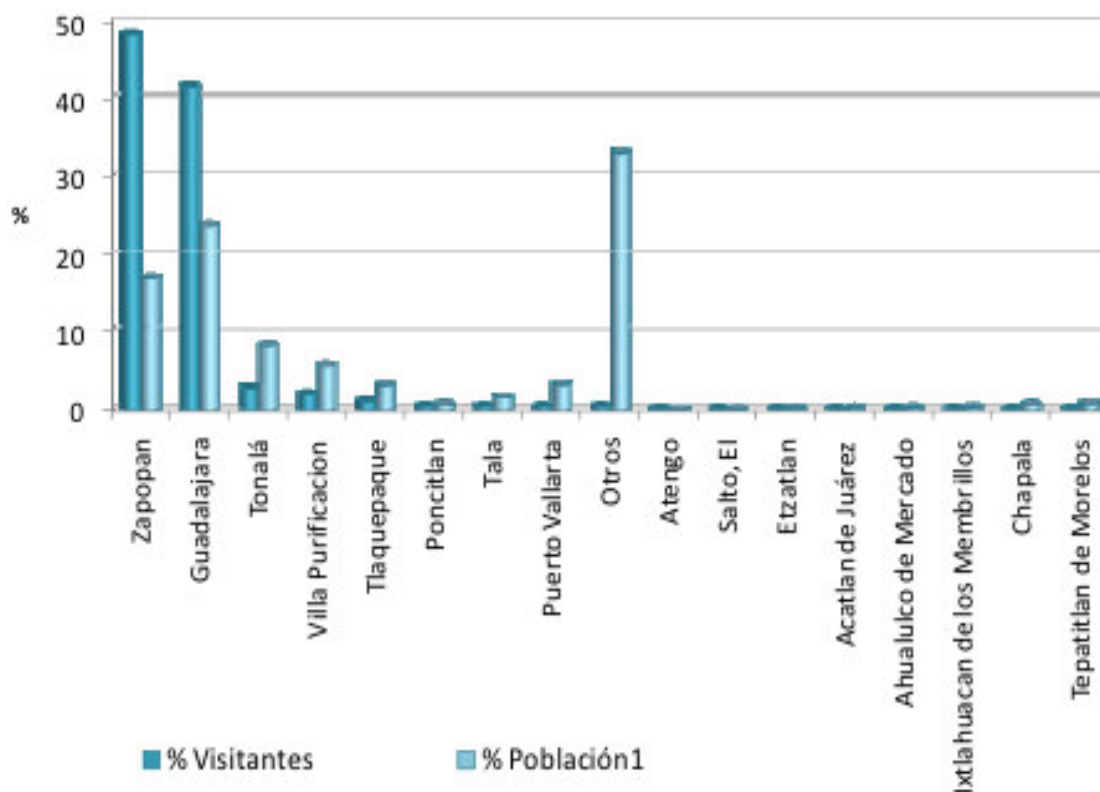
FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

Los resultados presentados por el estudio destacan que “en este sentido el Distrito Federal captó 52.3% de los visitantes, en seguida se encuentran los estados de México (23.4%), Puebla (10.4%) y Jalisco (7.1%). Los estados restantes muestran porcentajes inferiores.

Es importante tomar en cuenta la ubicación de los museos (en su mayoría en el D.F.), ya que en muchos casos puede constituir un factor decisivo para la frecuente, inusual o nula visita de los espacios”.

Figura 414

PROCEDENCIA DENTRO DEL ESTADO DE JALISCO



FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

El estudio realizado por CONACULTA indica que “dentro del contexto del Estado de Jalisco se reveló que la mayor cantidad de asistentes provenían tanto de Zapopan (48.3%) como de Guadalajara (41.7). Los municipios de Atengo, Etzatlán, Ahualulco de Mercado y Chapala fueron entre otros algunos de los lugares de procedencia de menor mención, con 0.2% cada uno”.

Cuadro 229
PROCEDENCIA DENTRO DEL ESTADO DE JALISCO (continuación)

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población ¹	(1) / (2) Cociente
Zapopan	48.3	17.1	2.8
Guadalajara	41.7	23.8	1.8
Tonalá	2.9	8.3	0.3
Villa Purificación	2.1	5.8	0.4
Tlaquepaque	1.2	3.2	0.4
Poncitlán	0.5	0.7	0.7
Tala	0.5	1.6	0.3
Puerto Vallarta	0.5	3.3	0.1
Otros	0.5	33.2	0.0
Atengo	0.2	0.1	3.3
Salto, El	0.2	0.2	1.5
Etzatlán	0.2	0.3	0.9
Acatlán de Juárez	0.2	0.3	0.8
Ahualulco de Mercado	0.2	0.3	0.7
Ixtlahuacán de los Membrillos	0.2	0.4	0.7
Chapala	0.2	0.6	0.4
Tepatitlán de Morelos	0.2	0.8	0.3
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005

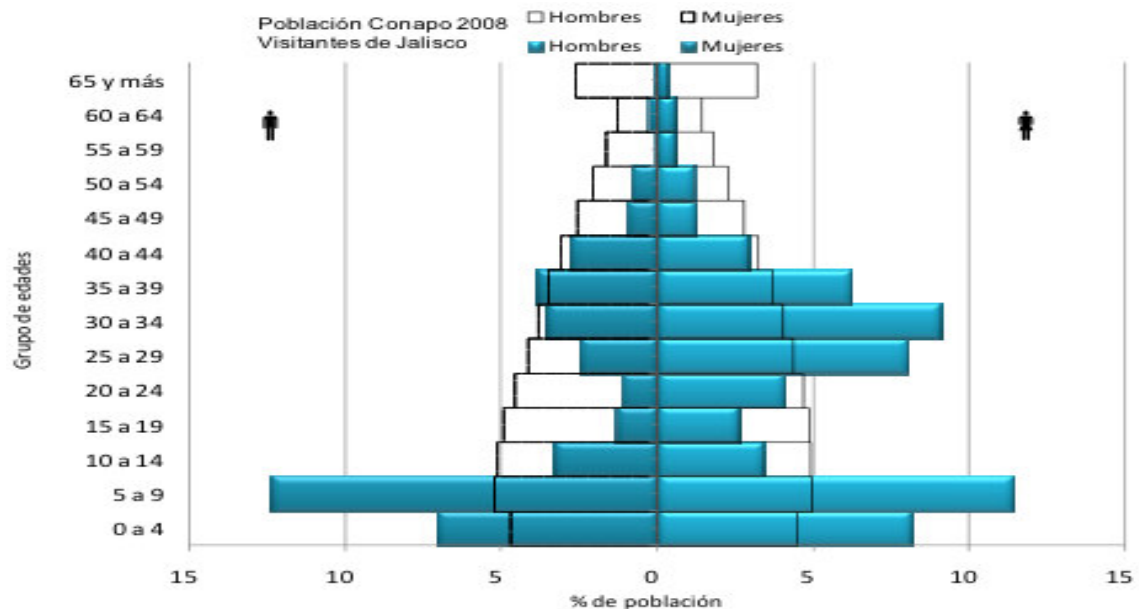
NOTA: Para todos los casos solo se considera la procedencia del encuestado líder y no de cada uno de los visitantes incluidos en los grupos.

FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

Los municipios con la participación más alta de visitantes en relación a su población resultaron ser Atengo, Zapopan y Guadalajara, los últimos dos ubicados dentro de la ZMG.

Figura 415

VISITANTES A MUSEOS RESIDENTES VERSUS TOTAL DE RESIDENTES
EN EL ESTADO DE JALISCO



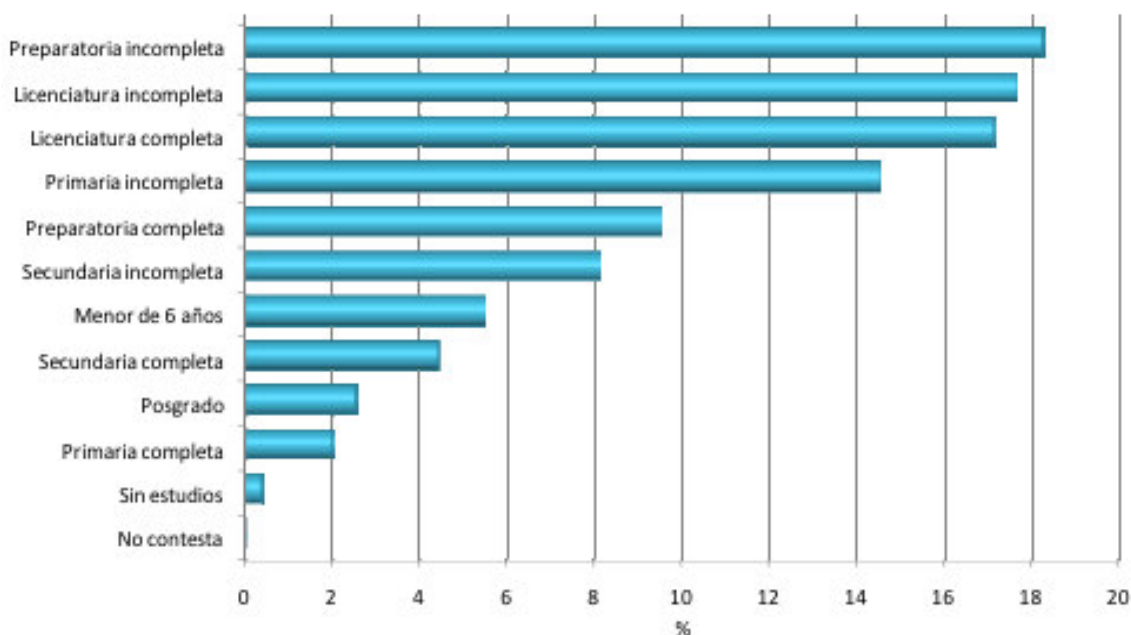
NOTA: Se muestran visitantes residentes versus total de residentes de las unidades geográficas respectivamente.

FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

El estudio revela que “Jalisco mostró un excelente patrón en el grupo desde 0 a 9 años, sin embargo de 10 a 24 muestra bajas significativas en ambos sexos. El rango de 25 a 29 años refleja una baja en el género masculino en relación al femenino que observa un excedente mayúsculo el cual se repite de 30 a 39 años y en el que el público masculino se equipara a su población. De 40 a 44 años se nota una pequeña baja que en adelante se convierte en enorme con base en su población, como lo muestra la gráfica.

De esta forma se establece que el público que oscila de 10 a 24 años es un terreno fértil para posibles y potenciales visitantes al igual que las personas de 45 años en adelante que si bien no se sienten atraídos o interesados en demasía, sí representan un campo de acción muy importante”.

Figura 416
ESCOLARIDAD EN EL ESTADO DE JALISCO



FUENTE: Encuesta a Públicos de Museos, CONACULTA 2009.

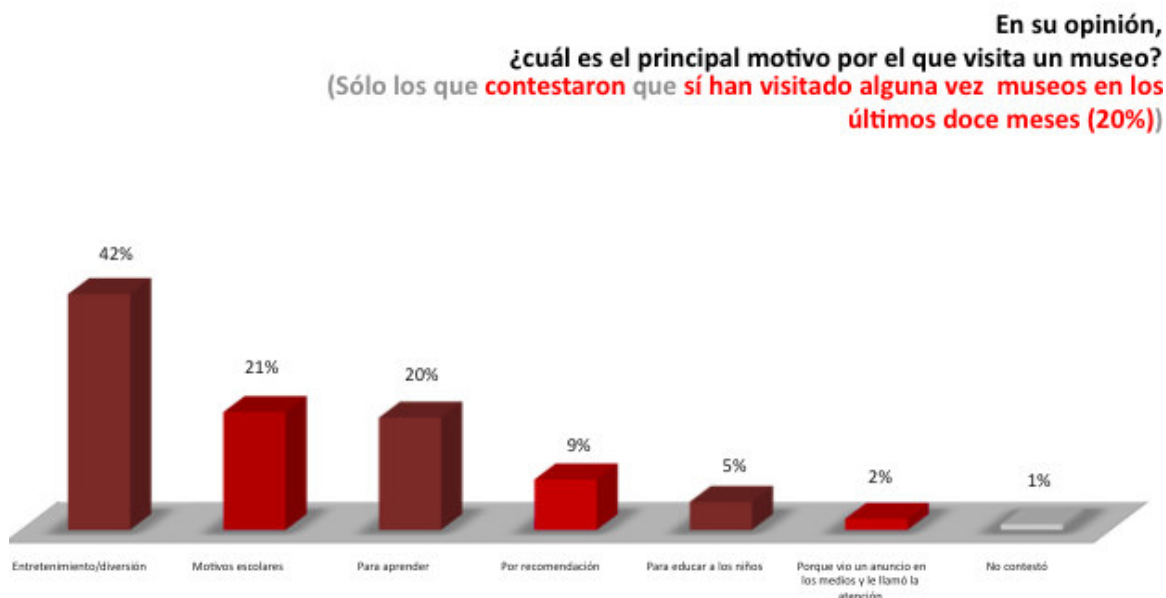
Según la información levantada por CONACULTA en el total de museos, “el rango de “Preparatoria completa” fue el grado de estudios con mayor incidencia (18.3%), seguido muy de cerca por “Licenciatura incompleta” y “Licenciatura completa” con 17.7% y 17.1% respectivamente, así como “Primaria incompleta” con 14.5%”.

7.3.2.5.B Motivo de visita a un museo

Otro sondeo de CONACULTA denominado “Encuesta Nacional de Hábitos prácticas y consumo cultural” desarrollada en el año 2010 indica lo siguiente:

Destaca como principal motivo el entretenimiento y la diversión (42%) seguido por motivos escolares y el aprendizaje.

Figura 417
MOTIVOS DE VISITA A UN MUSEO



FUENTE: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural” CONACULTA 2010.

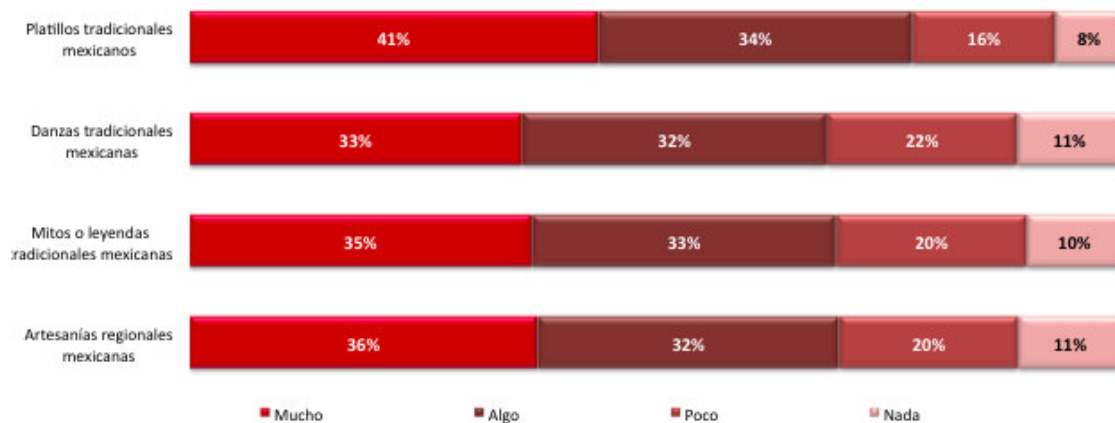
7.3.2.5.C Elementos Mexicanos y arraigo

La gastronomía mexicana así como las artesanías destacan como elementos relevantes de la vida cotidiana de los encuestados.

Figura 418

IMPORTANCIA PARA CONOCER SEGÚN ENCUESTA

¿Qué tan importante es para su vida conocer (...)?



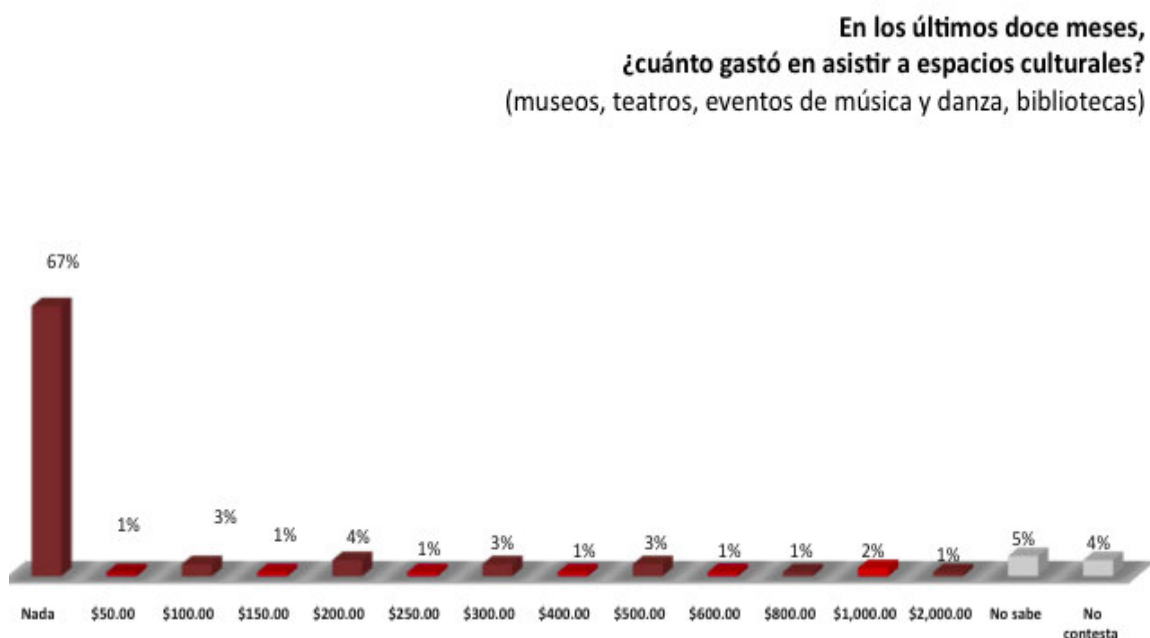
FUENTE: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural” CONACULTA 2010.

7.3.2.5.D Gasto en espacios culturales

Es claro que el gasto destinado a aspectos culturales es sumamente bajo en relación a otros patrones de consumo.

Figura 419

GASTO PROMEDIO EN ESPACIOS CULTURALES SEGÚN ENCUESTA



FUENTE: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural” CONACULTA 2010.

7.3.2.5.E Potencial de Mercado Cultural Internacional hacia México

Se estima que existe un potencial de 8.9 millones de viajes culturales con origen internacional hacia México, lo cual representa una cifra considerable.

Cuadro 230**MOVILIDAD DEL TURISMO CULTURAL INTERNACIONAL A MÉXICO**

AÑO	LLEGADAS DE TURISMO INTERNACIONAL (millones)	% DE VIAJES CULTURALES	TOTAL DE VIAJES CULTURALES (millones)
2009	21.54	40%	8.66
2010	22.40	40%	8.96

FUENTE: Carlos Hiriart, con base a: SECTUR (2002), OECD (2009), OMT (2010) Y Consejo de Promoción Turística de México (2010), UNWTO, Barómetro Mundial de Turismo, OMT (2010-2011)

7.3.2.6. Viabilidad financiera

A continuación se presentan los resultados del análisis de prefactibilidad del proyecto Gran Plaza y Museo de Mariachi, Tequila y Charrería, con objeto de aportar elementos que favorezcan su viabilidad financiera y económica.

7.3.2.6.A Premisas

El proyecto contempla la realización de obras que realzarán algunas de las manifestaciones más típicas de Jalisco.

El análisis prevé que la recuperación de las inversiones se alcance mediante el cobro de tarifas de entrada al museo, la organización de espectáculos, la renta de espacios comerciales y gastronómicos y la organización y renta del espacio reservado para eventos en la terraza.

La evaluación se hace a precios constantes, para un periodo de 30 años. Al final del periodo se agrega como valor residual el capital de trabajo.

Sin embargo, como los flujos del financiamiento considerado, tanto las amortizaciones de capital como el pago de intereses, se expresan en términos nominales, es decir a precios corrientes, los indicadores de rentabilidad de Valor Presente Neto y Tasa Interna de Rendimiento se calculan bajo 2 consideraciones. En la primera se incorporan a los flujos de efectivo los valores nominales del financiamiento tal como resultan en la tabla de amortización; a estos indicadores se les llama “con amortizaciones no deflactadas (CAND)”. Y en la segunda los flujos consideran amortizaciones de crédito y pagos de interés a precios constantes; en este caso los indicadores se denominan “con amortizaciones deflactadas (CAD)”. Para transformar los precios corrientes a valores actuales se considera una inflación anual del 3.6%.

El análisis financiero que se realiza es de carácter preliminar y pretende únicamente establecer la viabilidad del proyecto. Los cálculos de las inversiones y los costos se hicieron con costos paramétricos. Por esta razón, es necesario señalar que los resultados de la evaluación deben ser revisados cuando se tenga una mayor precisión sobre las características del proyecto.

7.3.2.6.B Inversiones y financiamiento

La inversión preliminar para llevar a cabo el proyecto se estima en 67 millones de pesos y su desglose se muestra el siguiente cuadro.

La evaluación considera que el proyecto se conceptualiza y empieza a desarrollar en el año 2013, que la construcción se hace durante los 2 años y que su operación empieza en el 2015.

Cuadro 231

ESTIMACIÓN PRELIMINAR DE LA INVERSIÓN GRAN PLAZA Y MUSEO DEL MARIACHI, TEQUILA Y CHARRERÍA

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO (MILES \$)
Proyectos y trámites	10	%	543,291	5,433
Conexiones e instalaciones especiales (agua, drenaje, tratamiento y electricidad)	1	Lote	5,560,000	5,560
Construcciones e instalaciones				
Losa de la Av. Independencia Sur	4,000	m ²	2,600	10,400
Anfiteatro	850	m ²	2,000	1,700
Mejoramiento de la Plaza San Juan	3,300	m ²	1,000	3,300
Viaducto y paso a desnivel	2,160	m ²	2,600	5,616
Rampa de salida	890	m ²	2,600	2,314
Locales comerciales	1,425	m ²	5,500	7,838
Museo	1,425	m ²	10,000	14,250
Área verde en azotea	1,069	m ²	400	428
Área de gastronomía	200	m ²	5,500	1,100
Terraza de degustación	228	m ²	8,000	1,824
Subtotal				48,769
Gastos preoperativos	2	meses		2,392
Capital de trabajo	3	meses		3,588
Subtotal^{1/}				65,743
Gastos financieros				822
Total				66,565

^{1/} Sin incluir gastos financieros.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Para la integración de los recursos necesarios para la construcción del proyecto se consideró que se adquiriría un crédito por parte de una institución de fomento tal como BANOBRAS. Las condiciones supuestas para este crédito son las siguientes: monto del préstamo, 50% de la inversión total antes de comisiones financieras; plazo de 10 años y una tasa de interés del 8% anual.

La tabla de amortización a precios corrientes es la siguiente.

Cuadro 232
TABLA DE AMORTIZACIÓN
(Cifras en miles de pesos corrientes)

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Disposiciones	17,689	15,183	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo inicial	0	17,689	31,668	29,163	26,451	23,514	20,333	16,887	13,156	9,116	4,739
Intereses	0	1,372	2,443	2,235	2,010	1,766	1,502	1,216	906	571	208
Capital	0	1,204	2,504	2,712	2,937	3,181	3,445	3,731	4,041	4,376	4,739
Capital e intereses	0	2,575	4,947	4,947	4,947	4,947	4,947	4,947	4,947	4,947	4,947
Saldo final	17,689	31,668	29,163	26,451	23,514	20,333	16,887	13,156	9,116	4,739	0
Comisión por apertura	442	380	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.2.6.C Flujo del proyecto durante la inversión

La composición de los recursos que hacen viable la realización del proyecto es como se muestra a continuación (cifras en millones de pesos constantes):

Cuadro 233

RECURSOS PARA LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

CONCEPTO	ELEMENTO	COSTO
Origen de los recursos	Aportaciones de capital	36.2
	Financiamiento	32.9
	Suma	69.1
Aplicación	Proyecto y construcciones	59.8
	Gastos preoperativos	2.4
	Capital de trabajo	3.6
	Pago de créditos e intereses	2.5
	Comisiones financieras	0.8
	Suma	69.1

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Este origen y aplicación de recursos se refiere a la situación acumulada en los 2 primeros años de análisis, durante la etapa de construcción.

7.3.2.6.D Cálculo de ingresos

Los ingresos del proyecto provendrán de cuatro fuentes diferentes, las cuales se describen a continuación:

- Por el cobro de las tarifas de acceso al museo, supuestas en 100 pesos por persona en promedio.
- Por la realización de espectáculos públicos en el anfiteatro, con una tarifa de acceso de 200 pesos por persona. Se asume que se realizan 52 eventos al año y para éstos el anfiteatro tiene una ocupación de 50% del primer año, 55% el segundo y 60% a partir del tercero.
- Por la renta de espacios comerciales y gastronómicos. Se calcula que se renta el 80% de los espacios destinados a estas actividades, que éstos se ocupan en 70% el primer año, 90% el segundo y 100% a partir del tercero, con un precio de 6,000 pesos por metro cuadrado al año.
- Por la organización y renta de los espacios en la terraza de degustación, con una ocupación del 20% el primer año, 25% el segundo y 35% a partir del tercer año. Se considera un ingreso promedio de 180 pesos por persona.

Los cálculos de afluencia al museo, así como la ocupación de áreas rentables fueron los siguientes.

Cuadro 234

AFLUENCIA Y OCUPACIÓN DE ÁREAS RENTABLES

CONCEPTO	2015	2016	2017	2020	2030
Anfiteatro (pers.)	18,417	20,258	22,100	22,100	22,100
Museo (pers.)	91,022	117,028	130,031	130,031	130,031
Locales comerciales y gastron. (m²)	910	1,170	1,300	1,300	1,300
Terraza de degustación (pers.)	16,644	20,805	29,127	29,127	29,127

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.2.6.E Costos de operación

La evaluación considera los siguientes costos:

- La realización de espectáculos en el anfiteatro con un costo equivalente al 36% de sus ingresos.
- La operación del museo con costo equivalente al 61% de sus ingresos.
- La renta de los espacios con costo de 20% de los ingresos respectivos.
- La realización de eventos en la terraza de degustación con una costo de 50% de sus ingresos.
- Administración, mercadotecnia, energía, mantenimiento e impuestos locales, con el 23.7% de los ingresos totales.

Se consideró que la operación del proyecto estaría exenta del pago del Impuesto sobre la renta.

7.3.2.6.F Resultados de la evaluación

En los siguientes cuadros se muestran los estados financieros proformas calculados para el proyecto, compuestos por el Estado de resultados, el Origen y aplicación de recursos y el Balance general. Los principales resultados de rentabilidad del análisis se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 235
RENTABILIDAD FINANCIERA

Concepto	CAND ^{1/}	CAD ^{2/}
Rentabilidad		
Del proyecto		
Año de recuperación	2022	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	1,277	1,277
T. I. R. (%)	12.3	12.3
Del capital		
Año de recuperación	2023	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	6,212	10,300
T. I. R. (%)	14.1	15.5
Utilidad de operación / ventas (%) (2017)	32.0	
Utilidad a. de imp. / ventas (%) (2017)	13.0	
Utilidad neta / ventas (%) (2017)	13.0	
Utilidad neta / activo (%) (2017)	6.0	
Utilidad neta / aport. capital (%) (2017)	10.9	
Liquidez (año 2017)		
Activo circulante / pasivo circulante	4.2	
Solvencia (año 2017)		
Pasivo / patrimonio	0.6	
Pasivo / activo	0.4	

1/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios nominales.

2/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios constantes.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 236
ESTADO DE RESULTADOS (miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Ingresos														
Anfiteatro	0	0	3,683	4,052	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420	4,420
Museo	0	0	9,102	11,703	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003	13,003
Locales comles. y gastron.	0	0	5,460	7,020	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800
Terraza de degustación	0	0	2,996	3,745	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243	5,243
Suma	0	0	21,241	26,519	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466	30,466
Costos de operación														
Costos de operación	0	0	9,468	11,874	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705	13,705
Gastos no distribuidos														
Admon. y grales.	0	0	2,337	2,917	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351	3,351
Mercadotecnia y ventas	0	0	1,274	1,591	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828
E. y mantenimiento	0	0	1,274	1,591	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828	1,828
Suma compras y gastos	0	0	14,354	17,973	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712	20,712
Utilidad de operación	0	0	6,888	8,546	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754	9,754
Cargos fijos														
Impuestos y seguros	0	0	149	186	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
Depreciaciones	0	0	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	2,716	2,716
Intereses nominales	0	1,372	2,443	2,235	2,010	1,766	1,502	1,216	906	571	208	0	0	0
Suma	0	1,372	6,173	6,002	5,804	5,561	5,297	5,011	4,701	4,366	4,002	3,794	2,930	2,930
Utilidad antes ISR y PTU	0	-1,372	715	2,544	3,950	4,194	4,458	4,744	5,053	5,389	5,752	5,960	6,825	6,825
PTU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad neta	0	-1,372	715	2,544	3,950	4,194	4,458	4,744	5,053	5,389	5,752	5,960	6,825	6,825

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 237
ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS (miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Origen de los recursos														
Generación de efectivo														
Utilidad neta	0	-1,372	715	2,544	3,950	4,194	4,458	4,744	5,053	5,389	5,752	5,960	6,825	6,825
(+) Depreciaciones	0	0	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	2,716	2,716
Suma	0	-1,372	4,296	6,125	7,531	7,775	8,039	8,325	8,635	8,970	9,333	9,541	9,541	9,541
Aportaciones	18,131	18,138	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financiamiento	17,689	15,183	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	35,820	31,949	4,296	6,125	7,531	7,775	8,039	8,325	8,635	8,970	9,333	9,541	9,541	9,541
Aplicación de recursos														
Inversiones														
Proys. y trámites	5,433	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instal. especiales	5,560	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instalaciones del proy.	24,385	24,385	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	35,377	24,385	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos preoperativos	0	2,392	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	3,588	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	442	380	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	35,820	30,745	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago créditos	0	1,204	2,504	2,712	2,937	3,181	3,445	3,731	4,041	4,376	4,739	0	0	0
Suma	35,820	31,949	2,504	2,712	2,937	3,181	3,445	3,731	4,041	4,376	4,739	0	0	0
Saldo	0	0	1,792	3,413	4,594	4,594	4,594	4,594	4,594	4,594	4,594	9,541	9,541	9,541
Saldo acumulado	0	0	1,792	5,205	9,799	14,392	18,986	23,580	28,174	32,767	37,361	46,902	56,443	104,148

FUENTE: CEJURA S.A. de C.V.

Cuadro 238

BALANCE GENERAL PROFORMA (miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Activo														
Capital de trabajo	0	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588	3,588
Excedentes de efectivo	0	0	1,792	5,205	9,799	14,392	18,986	23,580	28,174	32,767	37,361	46,902	56,443	104,148
<i>Activo circulante</i>	0	3,588	5,380	8,793	13,387	17,981	22,575	27,168	31,762	36,356	40,950	50,491	60,032	107,737
Activo remanente	35,820	62,976	62,976	59,395	55,814	52,233	48,651	45,070	41,489	37,908	34,327	30,746	27,165	13,582
Depreciación anual	0	0	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	3,581	2,716	2,716
<i>Activo fijo neto</i>	35,820	62,976	59,395	55,814	52,233	48,651	45,070	41,489	37,908	34,327	30,746	27,165	24,448	10,866
<i>Activo total</i>	35,820	66,565	64,775	64,607	65,620	66,632	67,645	68,658	69,670	70,683	71,695	77,655	84,480	118,603
Pasivo (precios constantes)														
Pasivo circulante	1,204	2,504	2,712	2,937	3,181	3,445	3,731	4,041	4,376	4,739	0	0	0	0
Pasivo fijo	16,485	29,163	26,451	23,514	20,333	16,887	13,156	9,116	4,739	0	0	0	0	0
<i>Pasivo total</i>	17,689	31,668	29,163	26,451	23,514	20,333	16,887	13,156	9,116	4,739	0	0	0	0
Patrimonio														
Aportaciones	18,131	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269	36,269
Utilidad neta	0	-1,372	715	2,544	3,950	4,194	4,458	4,744	5,053	5,389	5,752	5,960	6,825	6,825
Utilidad acum.	0	-1,372	-657	1,888	5,838	10,031	14,489	19,233	24,286	29,675	35,427	41,387	48,211	82,334
<i>Patrimonio total</i>	18,131	34,897	35,612	38,156	42,106	46,300	50,758	55,501	60,555	65,943	71,695	77,655	84,480	118,603
Pasivo + patrimonio	35,820	66,565	64,775	64,607	65,620	66,632	67,645	68,658	69,670	70,683	71,695	77,655	84,480	118,603

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.3. Proyecto Detonador 3: CREAT Centro Regional de Artesanías de Tonalá

Para mayor información sobre la reserva territorial, véase Cap. 5.3, pág. 838.

7.3.3.1. Contexto: Situación Actual

Un atractivo ancla de la Zona Metropolitana son las artesanías típicas, producidas y vendidas en su mayoría en Tonalá. Actualmente el gran Tianguis Artesanal, realizado cada jueves y domingo, genera mucha afluencia de compradores, vendedores y turistas, sin embargo no se cuenta con un espacio digno e integrado para los numerosos puestos, y los impactos colaterales empiezan a poner en riesgo la viabilidad del Tianguis mismo, la base económica de la actividad estrella del municipio y su principal ventaja competitiva.

En Tonalá se cuenta con un padrón artesanal público de más de 1,000 artesanos registrados, y actualmente hay más de 6,000 puestos semiformales que venden sus productos en las calles, lo que provoca numerosos impactos en toda la zona, sobre todo en el sistema vial, ya sea por afectación directa por la ocupación del arroyo vial o sea de forma indirecta por el tráfico generado por los asistentes.

7.3.3.2. Propuesta conceptual

Se propone la construcción del Centro Regional de Artesanías de Tonalá CREAT que aglomere suficientes espacios abiertos para reubicar gran parte de estos puestos y ofrecerles un ambiente digno, eficiente y moderno. A fin de que el CREAT se convierta en un imán para los interesados en artesanías, se propone crear sinergias con otros elementos ancla, como el reubicado y ampliado Museo Nacional de la Cerámica, la Casa del Artesano, un Centro de Enseñanza Artesanal y servicios públicos relacionados con artesanías y turismo.

Con estas herramientas para la innovación se pretende impulsar productos competitivos y fomentar alianzas comerciales. Es importante subrayar que se dispondrá de suficientes espacios de estacionamiento y movilidad, de una plaza cívica, de una plaza gastronómica y de espacios para servicios generales asociados a la compra y venta de artesanías.

El impacto del Centro Regional de las Artesanías CREAT será no solamente en beneficio del sector de los artesanos, sino de toda la población de Tonalá y del área conurbada de Guadalajara. Crear el Centro Regional permite lograr sinergias entre el sector productor de artesanías, el sector intermediario y comercializador así como los consumidores finales, al permitir acercamientos y concretar negocios entre los potenciales clientes y los creadores de las piezas.

A fin de resolver la difícil problemática del tránsito en la zona, sobre todo en Av. Tonaltecas, se propone como solución colateral la construcción de un tramo a desnivel para los 4 carriles centrales de la avenida (véase también Cap. 4.8.3, pág. 781). Esto liberará también la zona frente a futuro CREAT del tráfico de paso, integrando el CREAT como espacio peatonal de forma directa con Avenida Tonaltecas “tranquilizada” y los comercios formales de artesanías que se asientan a lo largo de ella. Gracias al tramo en desnivel también podrá crearse el espacio necesario para la ampliación de la red del Macrobus (o un sistema equivalente), propuesta en el Plan Maestro de Movilidad Urbana no Motorizada para el AMG. Se sugiere que este puede seguir la siguiente ruta: Entrada de oeste a este a Tonalá por Río Nilo (dos cuerdas al norte del CREAT) - Av. Tonaltecas de norte a sur - vuelta en Matamoros (calle lateral al CREAT) de este a oeste - regreso a Río Nilo por Loma de sur a norte.

7.3.3.3. Elementos propuestos

- Museo: Reubicación y ampliación del actual Museo Nacional de Cerámica
- Mercado artesanal de (15,224 m² en dos niveles)
- Plaza gastronómica (15 Restaurantes de especialidad)
- Casa del artesano
- Centro de enseñanza artesanal
- Explanada Cívica con espacio para Tianguis
- Centro de visitantes y transportación turística, con central de taxis
- Administración y servicios generales, Núcleo de servicios y Centro de paquetería y envíos
- Estacionamiento público subterráneo (2 niveles 746 cajones; 18,641 m²)
- Estacionamiento de 20 trailers (100 m² por cajón)
- Andén de carga y descarga

Figura 420

PLANTA GENERAL DE LA PROPUESTA PARA EL PD 3: CREAT



FUENTE: CEJRA S.A. de C.V.

Figura 421

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD 3: CREAT



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 422

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD 3: CREAT



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 423

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD 3: CREAT



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.3.4. Evaluación del Mercado

El principal motor para el desarrollo de la actividad artesanal en México es su diversidad cultural y étnica⁶, hecho que hace posible la producción de todas las ramas de esta actividad en territorio mexicano bajo la representación de 6.8 millones de artesanos (UNESCO, 2004), en su mayoría indígenas.

La situación actual de los artesanos en México es una paradoja, pues a pesar de la gran riqueza cultural que representan para el país, muchos viven en pobreza agobiante. De allí la necesidad de que la actividad artesanal se convierta en una alternativa capaz de reducir la pobreza y lograr la estabilización económica en zonas rurales e indígenas del país cuyos índices de desocupación y subempleo son significativos.

La artesanía es un bien económico que se puede ofertar al turista que busca llevar a su lugar de origen una muestra de la identidad local del destino visitado. Ella ofrece materialización del recuerdo de la propia experiencia turística y manifiesta la realización del viaje ante los demás.

La actividad artesanal y/o economía artesanal se concibe como una alternativa laboral asociada a pequeños o grandes empresarios productores de objetos con contenidos artísticos y culturales (artesanías) que poseen características de autenticidad. Estas creaciones artísticas se han desarrollado para expresar la dimensión intangible y la interpretación del ambiente en donde ésta surge y se desarrolla. Es de esta forma que la artesanía representa parte esencial del patrimonio cultural, constituido por el cúmulo de creación que la memoria colectiva de la comunidad transmite de generación en generación.

En su proceso de producción, predomina el trabajo manual sobre el mecánico y se emplean técnicas que implican el conocimiento de determinadas materias primas y un gran adiestramiento.

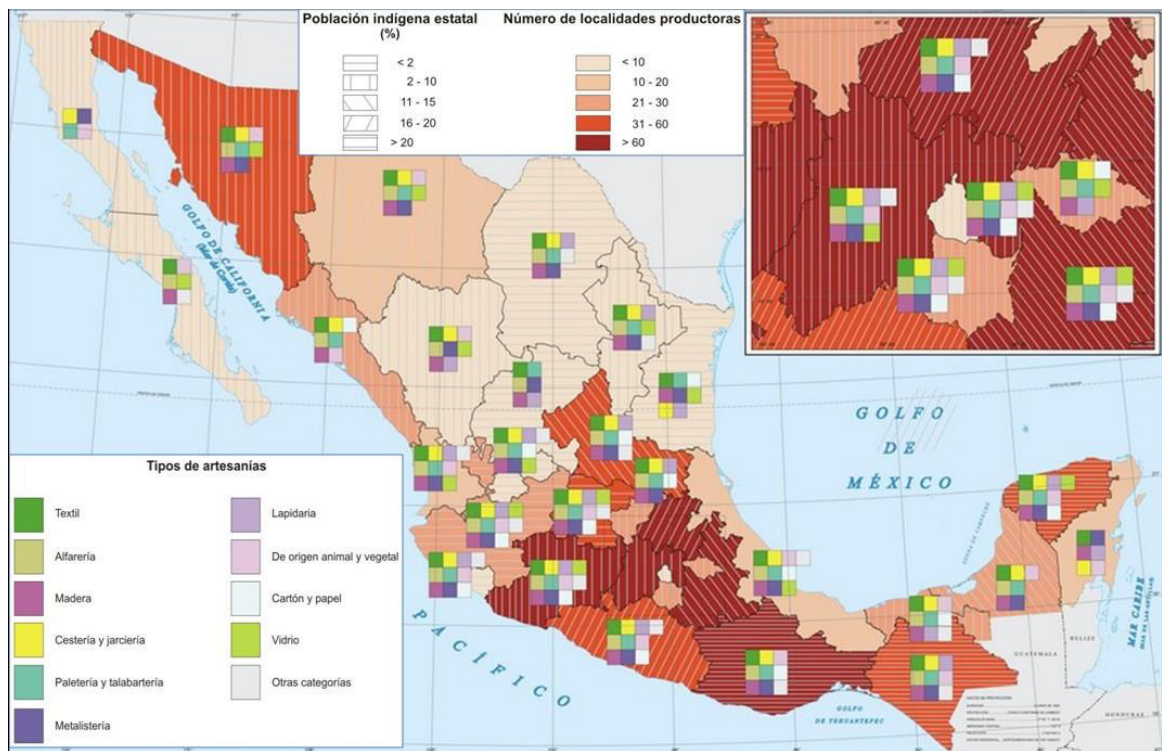
⁶ Olga Correa Miranda, Genaro Correa Pérez y Rosaura Carmona Mares, en: Cambio de Michoacán (artículo 01.08.2010): A contracorriente la actividad artesanal en Michoacán frente a la apertura comercial

México posee una enorme vocación en lo que a economía artesanal se refiere. La distribución territorial de la actividad artesanal es amplia y en los 32 estados de la federación se registra producción. Sin embargo, existen particularidades a destacar: Distrito Federal, Puebla, Morelos, Michoacán, Guanajuato y Jalisco sobresalen por la diversidad de artesanías que producen.

Sin embargo, Michoacán, Estado de México, Hidalgo, Puebla y Oaxaca concentran la mayor cantidad de localidades productoras. Además, existe una fuerte correlación con las entidades productoras y las de mayor proporción de población indígena hecho que no permite olvidar el carácter cultural involucrado en la fabricación de artesanías.

Figura 424

DISTRIBUCIÓN DE LAS ARTESANÍAS EN MÉXICO



FUENTE: Nuevo Atlas Nacional de México (2007), UNAM, Instituto de Geografía

7.3.3.5. Análisis Competitivo

En México es reciente la creación de Centros o Casas del Artesano, sin embargo destacan los típicos mercados de artesanías o bazares artesanales que en su mayoría tienen como finalidad únicamente la exhibición para comercialización y venta.

Los Centros de Artesanías integrales tienen como objeto ofrecer capacitación permanente para los artesanos, vincularlos con nuevos mercados y generar las oportunidades para que puedan comercializar sus productos optimizando los recursos.

A continuación se presenta un análisis tanto de Centros regionales de artesanías como de mercados tradicionales de artesanías.

7.3.3.5.A CRIDA, Cuernavaca, Morelos

El Centro Regional de Innovación y Desarrollo Artesanal CRIDA se inauguró en diciembre de 2011, se presentan más de 300 variedades de artesanías respaldadas por la marca “Manos de Morelos”.

Figura 425

CRIDA MORELOS



FUENTE: Google Images

Se pretende crear un centro que pueda ofrecer capacitación permanente para los artesanos, vincularlos con nuevos mercados y generar las oportunidades para que puedan comercializar sus productos. EL CRIDA pretende otorgar al sector artesanal, además de capacitación, el trabajo permanente en la parte de innovación, que es tan importante; buscamos que desarrollen nuevos productos y que crezca la gama de artesanías que ellos ofrecen, eso ayudará a vincularlos con diferentes sectores para comercializar sus artesanías

El CRIDA tuvo una inversión superior a los 52 millones de pesos, se creó para potencializar la actividad económica de los artesanos morelenses, otorgándoles herramientas de financiamiento, comercialización, capacitación y asesoría. La entrada es gratuita.

7.3.3.5.B Casa de las Artesanías, Tlaxcala

El objetivo de la Casa de Artesanías consiste en impulsar la actividad artesanal a través del desarrollo integral de los artesanos de manera que les permita incorporarse a las demandas y expectativas del nuevo mercado, implementando nuevas técnicas y diseños, pero a la vez nutriéndose de técnicas y conocimientos tradicionales que les permitan ser más competitivos, mejorar sus ingresos y lograr una vida más digna. Cuenta con un padrón de 2,000 artesanos.

Figura 426

CASA DE LAS ARTESANÍAS TLAXCALA



FUENTE: Google Images

7.3.3.5.C Mercado de Artesanías, Coyoacán, D.F.

Fundada por Hernán Cortés en 1522, Coyoacán fue el segundo ayuntamiento de la Nueva España. Antiguamente era un pequeño poblado conformado por ocho barrios, destaca por sus distintas plazas, particularmente la Plaza Hidalgo que, junto al Jardín Centenario, conforma punto de reunión principal de todos los visitantes, donde se encuentra el edificio de gobierno de la delegación de Coyoacán. Es alrededor de esta zona donde se agrupan numerosos cafés, librerías, bistrós y neverías (heladerías), y los fines de semana se instala un bazar. La Plaza de Coyoacán es la segunda más visitada en el Distrito Federal, después del Zócalo capitalino. 50 mil visitantes acuden al Centro de Coyoacán, cada fin de semana (2008).

Desde hace algún tiempo, se ha inaugurado el nuevo Bazar Artesanal Mexicano de Coyoacán. En este bazar se encuentra gran parte de los puestos que se encontraban anteriormente en las dos plazas de Coyoacán. Se reubicaron a 216 artesanos y funciona actualmente con muy buen aforo de visitantes y servicios.

Figura 427

MERCADO DE ARTESANÍAS, COYOACÁN, D.F.



FUENTE: Google Images

7.3.3.5.D Mercado de Dulces y Artesanías, San Cristóbal de las Casas, Chiapas

Este pequeño mercado ofrece una amplia diversidad de dulces así como artículos artesanales decorativos y vestimentarios. Entre los dulces más famosos de la región se encuentran: suspiros, calabaza en dulce, melcocha, puxinú (palomitas con dulce), turrónes, dulces de manzanilla, gaznate, turrón, cocadas, dulces de plátano, de papaya, coco molido, chilacayote, cacahuete, chocolate, yuca de ajonjolí, de calabaza, de cacahuete, tostadas de coco, y nuégado, pan de muerto, pan de dulce, empanadas de queso y de leche y pasteles.

Figura 428

MERCADO DE DULCES Y ARTESANÍAS, SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS, **CHIAPAS**



FUENTE: Google Images

7.3.3.5.E Mercado de Artesanías, Bazar García Rejón, Mérida, Yucatán

En un principio fue una plaza de ventas conocida como la placita o plazuela de verduras. Tenía en sus costados, dos corredores de mampostería o portales bajo los cuales se situaban los expendedores que en el centro se colocaban al aire libre, las vendedoras de verduras. La plazuela estaba circundada por un pretil, en el cual se sentaban los compradores y viandantes, pero éste fue suprimido en 1862 y en los costados que ocupaba se levantaron edificios para tiendas, en cuyos muros se apoyó el armazón de techo de láminas, colocado en 1881.

Actualmente en el mercado García Rejón se pueden obtener diversos artículos y artesanías de la región, como zapatos, ropa, joyería, etc. Se localiza en la calle 60 entre 65 y 67 del centro de Mérida.

Figura 429

MERCADO DE ARTESANÍAS, MÉRIDA, YUCATÁN



FUENTE: Google Images

7.3.3.5.F Mercado de Artesanías El Parián, Puebla

Actualmente en la Plazuela de San Roque se encuentra El Parián, cubierto en la mayoría de las partes por ladrillos con azulejos de talavera muy al estilo poblano. Es un mercado con una imagen llena de color y atractivos, donde se puede encontrar talavera, ónix, dulces típicos, miniaturas, bordados, vidrio, objetos de barro, textiles, trabajos en popotillo, entre otras artesanías.

Figura 430

EL PARIÁN, PUEBLA



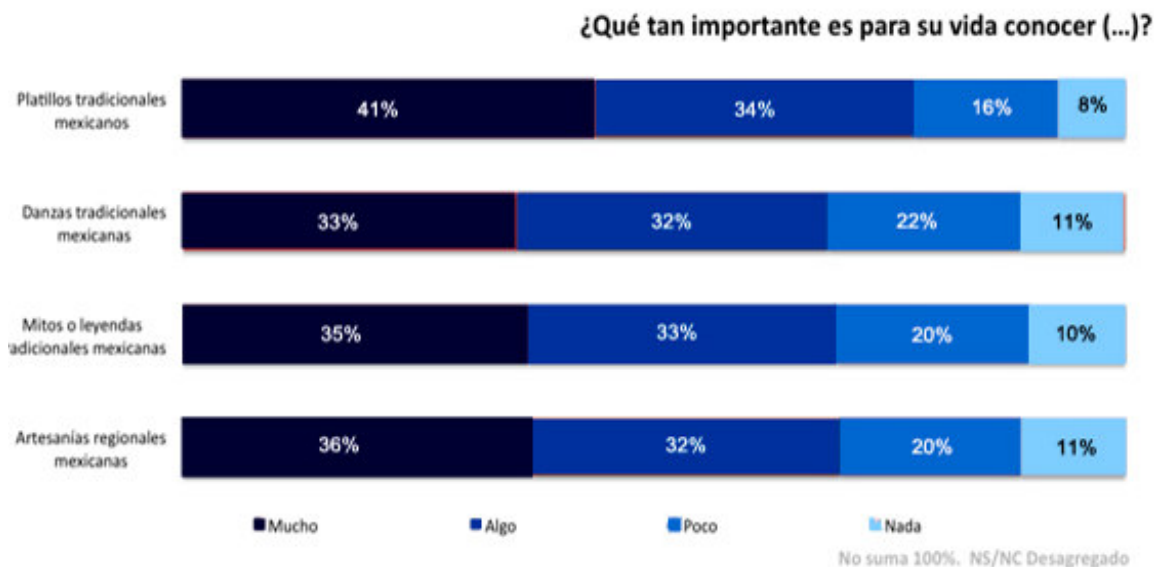
FUENTE: Google Images

7.3.3.5.G Demanda de artesanías mexicanas

El estudio realizado por CONACULTA “Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales” en el 2010 refleja datos sobre la cultura y la identidad mexicana. El 36% indica que es muy importante conocer las artesanías mexicanas, destaca la gastronomía con 41%.

Figura 431

ENCUESTA NACIONAL DE HÁBITOS, PRÁCTICAS Y CONSUMOS CULTURALES



FUENTE: CONACULTA

Un estudio elaborado por SECTUR, reportó una afluencia de 35 millones de turistas nacionales y 9 internacionales; ellos ejercieron un consumo artesanal de 884 millones de dólares, donde el 88% de las compras fue por turistas nacionales y 12% internacionales.

7.3.3.6. Viabilidad financiera del proyecto

En esta sección del documento se presenta un análisis de prefactibilidad del proyecto Centro Regional de Artesanías Tonalá, con objeto de aportar elementos que favorezcan su viabilidad financiera y económica.

7.3.3.6.A Premisas

El proyecto dignifica la actividad del comercio artesanal y promueve el desarrollo de la artesanía local. Se considera que las inversiones necesarias para llevar a cabo el proyecto serán recuperadas mediante el cobro de tarifas de acceso a un museo de artesanías, por la renta que se cobrará por el uso de espacios comerciales y por el cobro de tarifas de estacionamiento.

El proyecto se desarrollará en una superficie de 4.7 hectáreas. Para su adquisición se consideró un precio de 2,000 pesos por metro cuadrado.

La evaluación se hace a precios constantes, para un periodo de 30 años. Al final del periodo se agrega como valor residual el valor del terreno y el capital de trabajo.

Sin embargo, como los flujos del financiamiento considerado, tanto las amortizaciones de capital como el pago de intereses, se expresan en términos nominales, es decir a precios corrientes, los indicadores de rentabilidad de Valor Presente Neto y Tasa Interna de Rendimiento se calculan bajo 2 consideraciones. En la primera se incorporan a los flujos de efectivo los valores nominales del financiamiento tal como resultan en la tabla de amortización; a estos indicadores se les llama “con amortizaciones no deflactadas (CAND)”. Y en la segunda los flujos consideran amortizaciones de crédito y pagos de interés a precios constantes; en este caso los indicadores se denominan “con amortizaciones deflactadas (CAD)”. Para transformar los precios corrientes a valores actuales se considera una inflación anual del 3.6%.

El análisis financiero que se realiza es de carácter preliminar y pretende únicamente establecer la viabilidad del proyecto. Los cálculos de las inversiones y los costos se hicieron con costos paramétricos. Por esta razón, es necesario señalar que los resultados de la evaluación deben ser revisados cuando se tenga una mayor precisión sobre las características del proyecto.

7.3.3.6.B Inversiones y financiamiento

La inversión preliminar para llevar a cabo el proyecto se estima en 389 millones de pesos y su desglose se muestra en el Cuadro 2.

La evaluación considera que el proyecto se conceptualiza y empieza a desarrollar en el año 2013, que la construcción se hace durante los 2 años y que su operación empieza en el 2015.

Para la integración de los recursos necesarios para la construcción del proyecto se consideró que se adquiriría un crédito por parte de una institución de fomento tal como BANOBRAS. Las condiciones supuestas para este crédito son las siguientes: monto del préstamo, 50% de la inversión total antes de comisiones financieras; plazo de 10 años y una tasa de interés del 8%.

La tabla de amortización a precios corrientes es la siguiente:

Cuadro 239
TABLA DE AMORTIZACIÓN
(Cifras en miles de pesos corrientes)

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Disposiciones	134,856	57,457	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo inicial	0	134,856	183,135	168,653	152,968	135,981	117,584	97,661	76,084	52,716	27,408
Intereses	0	10,457	14,127	12,925	11,624	10,214	8,687	7,033	5,242	3,303	1,202
Capital	0	9,177	14,483	15,685	16,987	18,397	19,924	21,577	23,368	25,308	27,408
Capital e intereses	0	19,634	28,610	28,610	28,610	28,610	28,610	28,610	28,610	28,610	28,610
Saldo final	134,856	183,135	168,653	152,968	135,981	117,584	97,661	76,084	52,716	27,408	0
Comisión por apertura	3,371	1,436	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 240
ESTIMACIÓN PRELIMINAR DE LA INVERSIÓN

Concepto	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Monto (Miles \$)
Proys. y trámites	10	%	2,590,280	25,903
Adquisición de terreno	4.7	Ha	20,000,000	94,796
Conexiones e instalaciones especiales (agua, drenaje, tratamiento y electricidad)	1	Lote	40,230,000	40,230
Construcciones e instalaciones				
Casa del artesano	233	M2	8,000	1,864
Centro de enseñanza artesanal	524	M2	8,000	4,194
Museo y centro regional	3,314	M2	10,000	33,137
Explanada cívica	4,375	M2	1,000	4,375
Mercado artesanal	15,224	M2	5,500	83,732
Plaza gastronómica	4,545	M2	5,500	24,997
Tianguis	6,021	M2	1,200	7,225
Administración y servicios generales	300	M2	3,300	990
Núcleo de servicios	2,589	M2	1,000	2,589
Centro de paquetería y envíos	79	M2	6,000	476
Centro de información turística	364	M2	8,000	2,912
Estacionamiento (Trailers)	2,000	M2	1,000	2,000
Estacionamiento público	18,641	M2	2,600	48,467
Centra de taxis	414	M2	1,000	414
Andén de carga y descarga	1,427	M2	1,000	1,427
Subtotal				218,798
Gastos preoperativos	2	meses		2,206
Capital de trabajo	3	meses		3,309
Subtotal^{1/}				384,625
Gastos financieros				4,808
Total				389,433

1/ Sin incluir gastos financieros.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.3.6.C Flujo del proyecto durante la inversión

La composición de los recursos que hacen viable la realización del proyecto es como se muestra a continuación (cifras en millones de pesos constantes):

Cuadro 241

FLUJO DEL PROYECTO DURANTE LA INVERSIÓN

(Millones de pesos constantes)

Concepto	Elemento	Costo
ORIGEN DE LOS RECURSOS	Aportaciones de capital	217
	Financiamiento	192
	Suma	409
APLICACIÓN	Proyecto y construcciones	379
	Gastos preoperativos	2
	Capital de trabajo	3
	Pago de créditos e intereses	20
	Comisiones financieras	5
	Suma	409

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Este origen y aplicación de recursos se refiere a la situación acumulada en los 2 primeros años de análisis, durante la etapa de construcción.

7.3.3.6.D Cálculo de ingresos

Los ingresos del proyecto provendrán de las siguientes fuentes:

- Del cobro de tarifas de acceso al museo artesanal. Se consideró que el museo sería visitado por alrededor de 240,000 pers. cada año⁷, quienes pagarán una tarifa promedio de 40 pesos por persona.
- Por la renta de espacios comerciales:
 - Mercado Artesanal, con 70% de área rentable a 200 pesos por metro cuadrado al mes.
 - Tianguis, con 65 % de área rentable a 150 pesos por metro cuadrado al mes.
 - Plaza gastronómica, con 80% de área rentable a 350 pesos por metro cuadrado.
 - Centro de paquetería a 350 pesos por metro cuadrado.
 - Centro de información, con 60% de área rentable a 300 pesos por metro cuadrado.
- Por las tarifas de estacionamiento, estimada en 30 pesos por vehículo en promedio.

7 Que representan alrededor del 3.5% de la afluencia anual turística más los habitantes de la zona metropolitana de Guadalajara. Como referencia se tiene la Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales, 2010, CONACULTA, en la cual se calculó que el 20% de los entrevistados habían visitado un museo cuando menos una vez en los 12 últimos meses anteriores a la encuesta

Los cálculos de afluencia al museo y la ocupación de áreas rentables fueron los siguientes.

Cuadro 242
AFLUENCIA AL MUSEO Y OCUPACIÓN DE ÁREAS RENTABLES

Concepto	2015	2016	2017	2020	2030
Museo y centro regional (pers.)	169,328	217,708	241,897	241,897	241,897
Mercado artesanal (m²)	7,460	9,591	10,657	10,657	10,657
Plaza gastronómica (m²)	2,545	3,272	3,636	3,636	3,636
Tianguis (m²)	2,739	3,522	3,913	3,913	3,913
Centro de paquetería (m²)	79	79	79	79	79
Centro de información (m²)	153	197	218	218	218
Estacionamientos (vehículos)	370,310	476,113	529,015	529,015	529,015

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.3.6.E Costos de operación

La evaluación considera los siguientes costos:

- La operación del museo con costo equivalente al 61% de sus ingresos.
- La renta de los espacios con costo de 20% de los ingresos respectivos.
- Administración, mercadotecnia, energía, mantenimiento e impuestos locales, con el 23.7% de los ingresos totales.

Se consideró que la operación del proyecto estaría exenta del pago del Impuesto sobre la renta.

7.3.3.6.F Resultados de la evaluación

En los siguientes cuadros se muestran los estados financieros proformas calculados para el proyecto, compuestos por el Estado de resultados, el Origen y Aplicación de recursos y el Balance general. Los principales resultados de rentabilidad del análisis se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 243
RENTABILIDAD FINANCIERA

Concepto	CAND ^{1/}	CAD ^{2/}
RENTABILIDAD		
Del proyecto		
Año de recuperación	2022	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	767	767
T. I. R. (%)	12.0	12.0
Del capital		
Año de recuperación	2023	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	30,399	54,328
T. I. R. (%)	13.6	15.0
Utilidad de operación / ventas (%) (2017)	74.7	
Utilidad a. de imp. / ventas (%) (2017)	36.6	
Utilidad neta / ventas (%) (2017)	36.6	
Utilidad neta / activo (%) (2017)	6.9	
Utilidad neta / aport. capital (%) (2017)	12.6	
Liquidez (año 2017)		
Activo circulante / pasivo circulante	3.3	
Solvencia (año 2017)		
Pasivo / patrimonio	0.5	
Pasivo / activo	0.3	

1/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios nominales.

2/ Considera amortizaciones de crédito e intereses a precios constantes.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 244
ESTADO DE RESULTADOS (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Ingresos														
Museo y centro regional	-	-	6,773	8,708	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676	9,676
Mercado artesanal	-	-	17,903	23,019	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576	25,576
Plaza gastronómica	-	-	10,690	13,744	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271	15,271
Tianguis	-	-	4,931	6,340	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044	7,044
Centro de paquetería	-	-	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333
Centro de información	-	-	550	708	786	786	786	786	786	786	786	786	786	786
Estacionamientos	-	-	11,109	14,283	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870	15,870
Suma	-	-	52,290	67,135	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557	74,557
Costos de operación														
Museo y centro regional	-	-	4,132	5,312	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902	5,902
Mercado artesanal	-	-	3,581	4,604	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115	5,115
Plaza gastronómica	-	-	2,138	2,749	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054	3,054
Tianguis	-	-	986	1,268	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409	1,409
Centro de paquetería	-	-	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Centro de información	-	-	110	142	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
Estacionamientos	-	-	2,222	2,857	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174	3,174
Gastos no distribuidos														
Admon. y grales.	-	-	5,752	7,385	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201	8,201
Mercadotecnia y ventas	-	-	3,137	4,028	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473
E. y mantenimiento	-	-	3,137	4,028	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473	4,473
Suma	-	-	13,235	16,997	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879	18,879
Utilidad de operación	-	-	39,055	50,137	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679	55,679
Cargos fijos														
Impuestos y seguros	-	-	366	470	522	522	522	522	522	522	522	522	522	522
Depreciaciones	-	-	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	12,923	12,923
Intereses nominales	-	10,457	14,127	12,925	11,624	10,214	8,687	7,033	5,242	3,303	1,202	-	-	-
Suma	-	10,457	30,703	29,605	28,355	26,945	25,418	23,764	21,974	20,034	17,933	16,731	13,445	13,445
Utilidad antes ISR y PTU	-	-10,457	8,352	20,533	27,324	28,734	30,261	31,914	33,705	35,645	37,745	38,947	42,233	42,233
Utilidad neta	-	-10,457	8,352	20,533	27,324	28,734	30,261	31,914	33,705	35,645	37,745	38,947	42,233	42,233

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 432
ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS (miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Origen de los recursos														
Generación de efectivo														
Utilidad neta	-	- 10,457	8,352	20,533	27,324	28,734	30,261	31,914	33,705	35,645	37,745	38,947	42,233	42,233
(+) Depreciaciones	-	-	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	12,923	12,923
<i>Suma</i>	-	- 10,457	24,561	36,742	43,533	44,943	46,470	48,124	49,914	51,854	53,955	55,157	55,157	55,157
Aportaciones	138,227	78,527	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Financiamiento	134,856	57,457	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Suma</i>	273,083	125,527	24,561	36,742	43,533	44,943	46,470	48,124	49,914	51,854	53,955	55,157	55,157	55,157
Aplicación de recursos														
Inversiones														
Proys. y trámites	25,847	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Adq. terreno	94,796	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instal. especiales	39,670	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Construcción	109,399	109,399	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Suma</i>	269,712	109,399	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos preoperativos	-	2,206	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de trabajo	-	3,309	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros	3,371	1,436	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Suma</i>	273,083	116,350	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago créditos	-	9,177	14,483	15,685	16,987	18,397	19,924	21,577	23,368	25,308	27,408	-	-	-
<i>Suma</i>	273,083	125,527	14,483	15,685	16,987	18,397	19,924	21,577	23,368	25,308	27,408	-	-	-
Saldo	-	-	10,079	21,057	26,546	26,546	26,546	26,546	26,546	26,546	26,546	55,157	55,157	55,157
Saldo acumulado	-	-	10,079	31,136	57,682	84,229	110,775	137,322	163,868	190,414	216,961	272,118	327,274	603,058

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 433

BALANCE GENERAL PROFORMA (miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Activo												
Capital de trabajo	0	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309	3,309
Excedentes de efectivo	0	0	10,079	31,136	57,682	84,229	110,775	137,322	163,868	190,414	216,961	272,118
<i>Activo circulante</i>	0	3,309	13,387	34,445	60,991	87,537	114,084	140,630	167,177	193,723	220,270	275,426
Activo remanente	273,083	386,124	386,124	369,915	353,706	337,496	321,287	305,077	288,868	272,658	256,449	240,239
Depreciación anual	0	0	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209	16,209
<i>Activo fijo neto</i>	273,083	386,124	369,915	353,706	337,496	321,287	305,077	288,868	272,658	256,449	240,239	224,030
<i>Activo total</i>	273,083	389,433	383,302	388,150	398,487	408,824	419,161	429,498	439,835	450,172	460,509	499,456
Pasivo												
Pasivo circulante	9,177	14,483	15,685	16,987	18,397	19,924	21,577	23,368	25,308	27,408	0	0
Pasivo fijo	125,679	168,653	152,968	135,981	117,584	97,661	76,084	52,716	27,408	0	0	0
<i>Pasivo total</i>	134,856	183,135	168,653	152,968	135,981	117,584	97,661	76,084	52,716	27,408	0	0
Patrimonio												
Aportaciones	138,227	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755	216,755
Utilidad neta	0	-10,457	8,352	20,533	27,324	28,734	30,261	31,914	33,705	35,645	37,745	38,947
Utilidad acum.	0	-10,457	-2,105	18,428	45,752	74,485	104,746	136,660	170,365	206,009	243,754	282,702
<i>Patrimonio total</i>	138,227	206,298	214,650	235,182	262,506	291,240	321,500	353,414	387,119	422,764	460,509	499,456
Pasivo + patrimonio	273,083	389,433	383,302	388,150	398,487	408,824	419,161	429,498	439,835	450,172	460,509	499,456

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

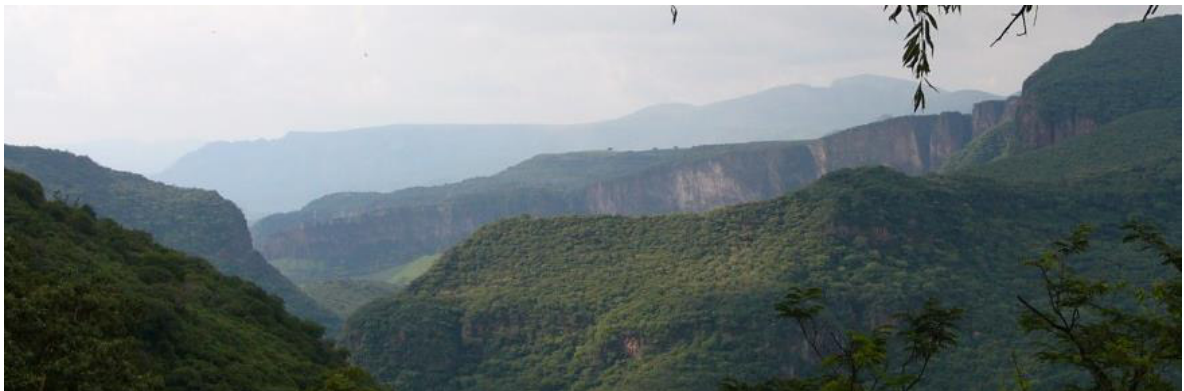
7.3.4. Proyecto Detonador 4: La Espuela Teleférico y Parque Panorámico Familiar

7.3.4.1. Contexto: Situación Actual

- La Barranca del Río Santiago es un elemento diferenciador fuerte de la Zona Metropolitana de Guadalajara ante otras ciudades, no solo en México sino en el mundo entero.
- En términos urbanos, turísticos y culturales, la zona de cuenta con una perspectiva favorable de mejoramiento y crecimiento ordenado con proyectos importantes (museo, zoológico).
- La zona ya está posicionada como área de diversión familiar (Zoológico, Mundo Marino, Selva Mágica, Parque Mirador), y cuenta con buena accesibilidad.
- La Zona Metropolitana de Guadalajara busca diversificar su imagen urbana y turística con elementos “verdes” y modernos.

Figura 434

VISTA DE LA BARRANCA DESDE EL PARQUE INDEPENDENCIA



FUENTE: Google Images

- A pesar de su gran atractivo, la Barranca no está siendo aprovechada a la altura de su potencial turístico.

- Se propone un producto turístico novedoso, no solo para la ZMG sino también en el contexto nacional.
- La propuesta no impacta la Barranca en sí, y paisajísticamente los impactos son pequeños y hasta favorables.

Figura 435

VISTA DE LA ZONA DE LA ESPUELA DESDE EL SUR DE GUADALAJARA



FUENTE: Google Images

7.3.4.2. Propuesta conceptual

7.3.4.2.A Objetivos del Proyecto

- Poner en valor lo espectacular de la Barranca de una manera novedosa y respetuosa.
- Diferenciar la oferta de atractivos turísticos de la Zona Metropolitana con un producto único en su tipo en México.
- Crear un atractivo emblemático.
- Fomentar la conciencia ambiental y cultural de población y visitantes
- Construir un proyecto turístico detonador con un enfoque de máximo respeto al medio ambiente, que no solamente cumpla con todas las disposiciones ambientales, sino que imponga nuevos estándares en su eco-amigabilidad.

Figura 436

VISTA DESDE EL AUDITORIO DEL PARQUE INDEPENDENCIA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.4.2.B Concepto

- Construir un teleférico que cruza la Barranca, saliendo del Parque Mirador Independencia.
- Crear “La Espuela”, un monumento-mirador emblemático con una rueda de la fortuna.
- Establecer un parque de diversión familiar novedoso.

Figura 437**FOTOMONTAJE DEL TELEFÉRICO DESDE EL PARQUE INDEPENDENCIA**

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.4.3. Elementos propuestos

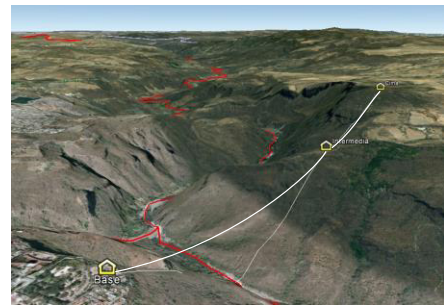
7.3.4.3.A Teleférico

Se propone un Teleférico de cabinas desembragables, la última tecnología que ofrece flexibilidad y seguridad.

- Estación base junto al futuro Museo de Arte Moderno
- Estación intermedia en el borde opuesto de la Barranca
- Estación cumbre junto a la cima del Cerro Alto.

Figura 438

IMAGEN OBJETIVO DEL TELEFÉRICO Y TRAZA PROPUESTA



FUENTE: Google Images y CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth

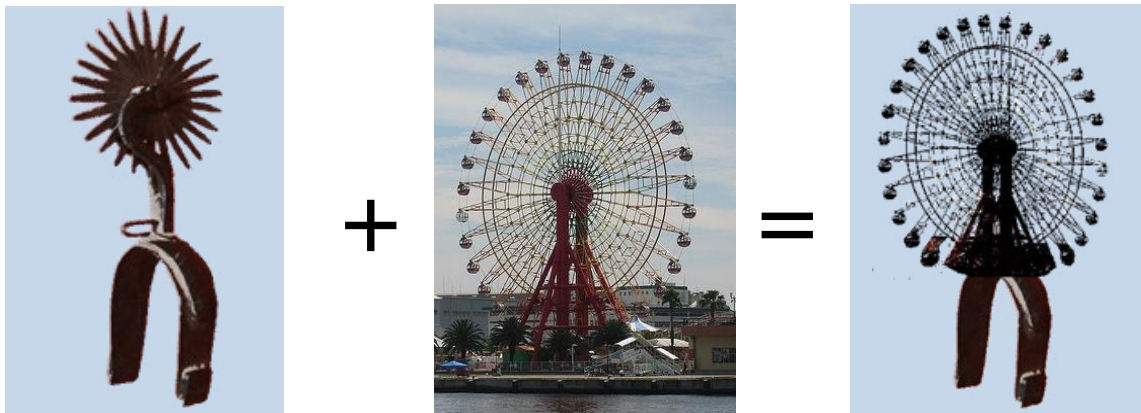
El teleférico más alto del mundo en Whistler (Canadá) tiene 436 m. La Barranca del Río Santiago tiene 500 m en el punto de cruce. Con ello puede derivarse que el teleférico propuesto será uno de los más altos del mundo.

7.3.4.3.B La Espuela

- Monumento-mirador emblemático en forma de una espuela gigante y con una rueda de la fortuna, en el punto más elevado del Cerro Alto, junto a la Barranca.
- La Espuela ofrece las mejores vistas panorámicas hacia la Barranca y hacia la Zona Metropolitana, además de diversión familiar.
- Su diseño hace alusión a un elemento de la Mexicanidad originario en la zona: La Charrería.

Figura 439

IDEA CONCEPTUAL DE LA ESPUELA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a imágenes de Google Images

7.3.4.3.C Parque familiar Mini-Jalisco

- Parque con senderos con las maquetas a escala 1:25 de los monumentos más emblemáticos de Jalisco.
- Tiene un enfoque didáctico y lúdico para toda la familia.
- Los parques de maquetas han probado de ser un atractivo turístico exitoso en muchas ciudades del mundo, entre ellos también el Distrito Federal y Cozumel.

Figura 440

IMAGEN OBJETIVO DE “MINI-JALISCO”



FUENTE: Google Images

7.3.4.3.D Aldea Viva Jalisciense

- Recreación de una pequeña aldea, con representaciones de actividades típicas de antaño: Oficios antiguos, folklor, gastronomía, música, actividades del campo, artesanía, etc.
- Tiene un enfoque didáctico, lúdico y participativo para toda la familia.
- Las aldeas o museos vivos son otro producto turístico exitoso en muchas partes del mundo.

Figura 441

IMAGEN OBJETIVO “ALDEA VIVA JALISCIENSE”



FUENTE: Google Images

7.3.4.3.E Sendero panorámico y Mirador Volado

- Plataforma que se extiende sobre el vacío, con un piso de rejilla metálica transparente.
- Apto para toda la familia, ofrece una visión nueva de la Barranca y genera emociones fuertes ante la profundidad vertical de más de 100 m y una altura total sobre el Río Santiago de casi 700 m.
- Vinculación con un sendero panorámico al filo de la Barranca.

Figura 442

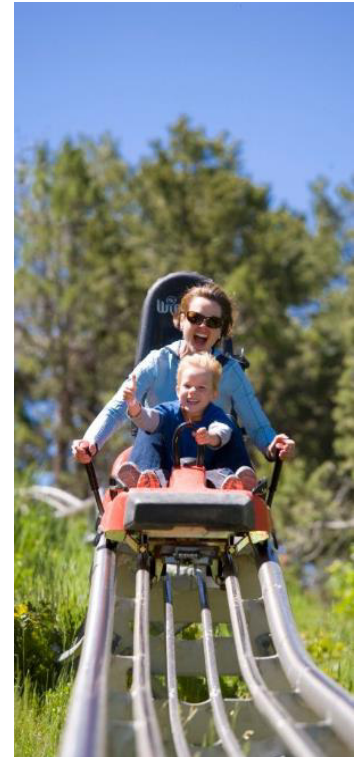
IMAGEN OBJETIVO “SENDERO PANORÁMICO Y MIRADOR VOLADO”



FUENTE: Google Images

7.3.4.3.F Trineo de Verano

- Tobogán alpino para recorridos en trineos controlados por los usuarios, entre la estación cumbre y la estación intermedia
- La traza del trineo serpentea a lo largo del desfiladero de la Barranca, y ofrece adrenalina y diversión para toda la familia.

Figura 443**IMAGEN OBJETIVO “TRINEO DE VERANO”****FUENTE:** Google Images

7.3.4.3.G Otros elementos compatibles

Debido a la magnitud del terreno que se propone, con el fin de garantizar el control sobre su uso del suelo y con ello la minimización de los impactos, especialmente la vista desde el borde sur de la Barranca del lado de Guadalajara, existen numerosas posibilidades de complementar el parque familiar con otros elementos compatibles, mientras que guarden el carácter del conjunto como un atractivo cultural jalisciense en un entorno campestre. Entre otros, pueden realizar los siguientes:

- Restaurantes panorámicos
- Rancho de caballos para recorridos a caballo o en carreta
- Granja didáctica de animales acariciables
- Cenadores y espacios para días de campo
- Cabañas y espacios para acampar.

Figura 444

IMAGEN OBJETIVO “RESTAURANTE PANORÁMICO” Y “CABALLOS”



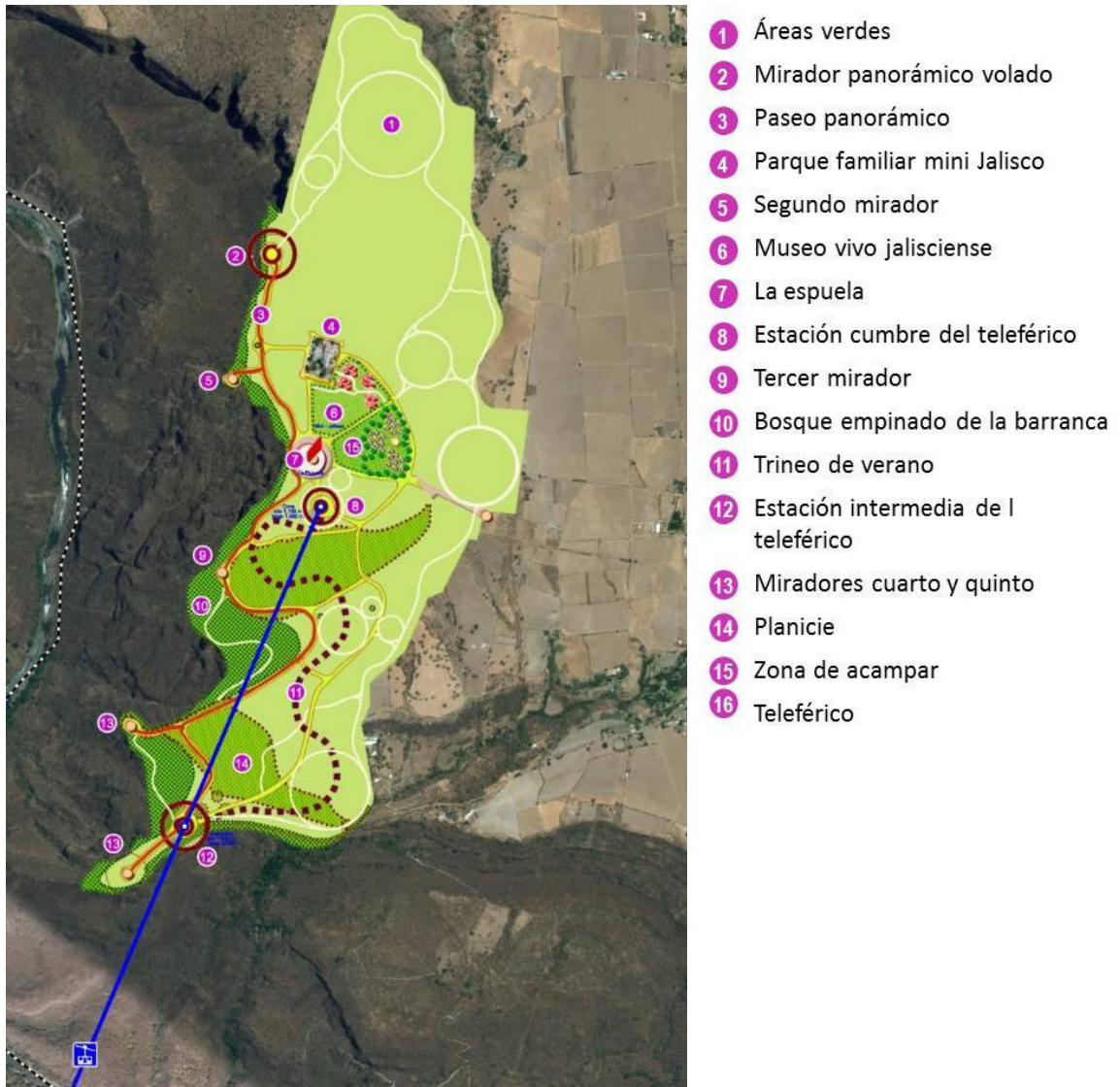
FUENTE: Google Images

7.3.4.4. Plan Maestro conceptual

Se propone la siguiente distribución en el marco de un Plan Maestro conceptual.

Figura 445

PLANTA GENERAL PROPUESTA DE “LA ESPUELA”



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 446

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD4 LA ESPUELA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 447

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD4 LA ESPUELA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Figura 448

IMAGEN OBJETIVO CONCEPTUAL DEL PD4 LA ESPUELA



FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.4.5. Evaluación del Mercado

La Barranca del Río Santiago es un fuerte elemento diferenciador de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Con el objeto de poner en valor y crear un espectáculo visual de una manera novedosa y sustentable se integra un proyecto cuyos componentes anclas serán el teleférico y la mega rueda de la fortuna La Espuela. Sin embargo existirán otros productos interesantes como el Museo Vivo Jalisciense y el Mini Parque Familiar así como los talleres artesanales y otros atractivos innovadores como y el trineo de verano que en su conjunto generarán un complemento ideal a las atracciones de la ZM Guadalajara .

El impulso que han tenido los teleféricos en los últimos años está ligado a la innovación de productos turísticos para la atracción de un mayor volumen de visitantes y en sitios estratégicos en donde puedan apreciarse excepcionales vistas panorámicas. La experiencia es única y poco común y es apta para todo tipo de personas. Generalmente un teleférico requiere de una ubicación estratégica en sitios que ameriten una gama de vistas o un cúmulo de elementos naturales o bien culturales a contemplar (santuarios, grutas, sitios arqueológicos, barrancas, cascadas, etc.).

Aunque el propósito principal de la gran mayoría de los teleféricos en el mundo es servir como medio de transporte para los deportistas de invierno, cada vez más los teleféricos también se hacen populares en destinos de verano como típicamente lo es el caso en los países en vías de desarrollo.

A continuación se analizan proyectos de teleféricos y parques panorámicos a nivel nacional e internacional cuyos parámetros son elementos fundamentales en la valoración de este tipo de productos.

Cuadro 245
PERFIL DE PARQUES PANORÁMICOS Y TELEFÉRICOS

	PARQUE DE AVENTURA BARRANCAS DEL COBRE	TELEFÉRICO ZACATECAS	TELEFÉRICO MADRID	TELEFÉRICO BOGOTÁ	TELEFÉRICO BENALMÁDENA	SKYRAIL RAINFOREST CABLEWAY
Ubicación	Divisadero, Chihuahua, México	Zacatecas, México	Madrid, España	Cerro de Monserrate, Bogotá, Colombia	Cima Benalmádena, España	Barron Gorge National Park Queensland, Australia
Slogan	"Vive tu espíritu aventurero"	--	"De Madrid al Cielo"	"Santuario de los Colombianos"	--	--
Amenidades	Teleférico (recorrido 2,750 m), tirolesas, vía ferrata, parque panorámico y de aventura, eurobungee, golfito	Teleférico (recorrido 650 m) mirador panorámico, más de 30 años operando	Teleférico (recorrido 2,457 m), restaurantes y terrazza panorámica, cafetería parque infantil	Teleférico y monorriel, Santuario Monserrate, miradores panorámicos, restaurantes	Teleférico, sendas, miradores panorámicos, exhibición de aves, rutas de bicicleta de montaña	Teleférico (recorrido 7.5 km), miradores, restaurantes, senderos
Tarifas	Teleférico: Viaje redondo \$250 adultos \$125 niños	Teleférico: Viaje /redondo diurno \$54 adulto / nocturno \$80	Teleférico: Viaje redondo \$90 adulto	Teleférico viaje redondo \$110 adulto	Teleférico viaje redondo \$212 adulto	Teleférico viaje sencillo \$580 adulto
Visitantes anuales	300,000 Capacidad diaria teleférico 1,600 pers	300,000	200,000	300,000	100,000	1,500,000 114 góndolas, capacidad 700 pers/h

FUENTE: CEURA, S. A. de C. V. Con información de páginas de internet y sondeo telefónico.

7.3.4.6. Viabilidad financiera del proyecto

A continuación se presenta el análisis de prefactibilidad que se hizo para el proyecto La Espuela: Teleférico y Parque Panorámico, con objeto de aportar elementos que favorezcan su viabilidad financiera y económica.

7.3.4.6.A Premisas

La evaluación contempla todos los componentes del proyecto. Para la recuperación de las inversiones se tiene contemplado el cobro de tarifas de acceso al parque, el cobro de tarifas para el acceso a los principales atractivos mecánicos (teleférico, rueda de la fortuna y trineo de verano), por la enseñanza y práctica de manualidades artesanales, por la renta de espacios comerciales y gastronómicos, por el derecho de campamento y por paseos con guías especializados.

Las instalaciones del proyecto ocupan una superficie de cerca de 40 hectáreas; sin embargo, para mantener el área en su estado natural así como las panorámicas que la caracterizan, la superficie considerada asciende a 540 hectáreas, la mayor parte de las cuales se destinan a la conservación. El precio de adquisición se estimó en 16,500 pesos por hectárea.

La evaluación se hace a precios constantes, para un periodo de 30 años. Al final del periodo se agrega como valor residual el valor del terreno y el capital de trabajo.

Sin embargo, como los flujos del financiamiento considerado, tanto las amortizaciones de capital como el pago de intereses, se expresan en términos nominales, es decir a precios corrientes, los indicadores de rentabilidad de Valor Presente Neto y Tasa Interna de Rendimiento se calculan bajo 2 consideraciones. En la primera se incorporan a los flujos de efectivo los valores nominales del financiamiento tal como resultan en la tabla de amortización; a estos indicadores se les llama “con amortizaciones no deflactadas (CAND)”. Y en la segunda los flujos consideran amortizaciones de crédito y pagos de interés a precios constantes; en este caso los indicadores se denominan “con amortizaciones deflactadas (CAD)”. Para transformar los precios corrientes a valores actuales se considera una inflación anual del 3.6%.

El análisis financiero que se realiza es de carácter preliminar y pretende únicamente establecer la viabilidad del proyecto. Los cálculos de las inversiones y los costos se hicieron con costos paramétricos. Por esta razón, es necesario señalar que los resultados de la evaluación deben ser revisados cuando se tenga una mayor precisión sobre las características del proyecto.

7.3.4.6.B Inversiones y financiamiento

La inversión preliminar para llevar a cabo el proyecto se estima en 676 millones de pesos.

Para la integración de los recursos necesarios para la construcción del proyecto se consideró que se adquiriría un crédito por parte de una institución de fomento tal como BANOBRAS. Las condiciones supuestas para este crédito son las siguientes: monto del préstamo, 50% de la inversión total antes de comisiones financieras; plazo de 10 años y una tasa de interés del 8%.

La tabla de amortización a precios corrientes es la siguiente.

Cuadro 246
TABLA DE AMORTIZACIÓN
(miles de pesos corrientes)

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Disposiciones	170,34 1	163,45 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo inicial	0	170,34 1	322,20 4	296,72 3	269,12 7	239,24 1	206,87 5	171,82 2	133,86 0	92,74 7	48,22 1
Intereses	0	13,208	24,855	22,741	20,450	17,970	15,283	12,374	9,223	5,811	2,115
Capital	0	11,592	25,481	27,596	29,886	32,366	35,053	37,962	41,113	44,52 5	48,22 1
Capital e intereses	0	24,801	50,336	50,336	50,336	50,336	50,336	50,336	50,336	50,33 6	50,33 6
Saldo final	170,34 1	322,20 4	296,72 3	269,12 7	239,24 1	206,87 5	171,82 2	133,86 0	92,747	48,22 1	0
Comisión por apertura	4,259	4,086	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 247
ESTIMACIÓN PRELIMINAR DE LA INVERSIÓN

Concepto	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Monto (Miles \$)
Proys. y trámites	10	%	5,351,790	53,518
Adquisición de terreno	540	Ha	16,500	8,910
Conexiones e instalaciones especiales (agua, drenaje, tratamiento y electricidad)	1	Lote	21,330,000	21,330
Construcciones e instalaciones				
Teleférico	1	Lote	200,000,000	200,000
La Espuela: Rueda de la fortuna	1	Lote	130,000,000	130,000
Mirador panorámico volado	1	Lote	1,048,000	1,048
Museo Vivo Jalisciense	6,189	m ²	15,000	92,833
Talleres artesanales	647	m ²	8,000	5,178
Terreno plaza central	4,545	m ²	1,200	5,454
Parque familiar Mini Jalisco	4,514	m ²	2,000	9,028
Estaciones intermedia y salida	1,956	m ²	6,000	11,737
Trineo de verano	1	Lote	25,000,000	25,000
Tiendas y restaurantes	2,048	m ²	5,500	11,266
Bodegas y patios de servicio	1,237	m ²	3,300	4,082
Zona para acampar	36,405	m ²	70	2,548
Miradores	900	m ²	1,000	900
Paseos y andadores	43,500	m ²	100	4,350
Áreas verdes y conservación	521	Ha	20,000	10,425
Subtotal				513,849
Gastos preoperativos	2	meses		27,994
Capital de trabajo	3	meses		41,991
Subtotal ^{1/}				667,591
Gastos financieros				8,345
Total				675,936

1/ Sin incluir gastos financieros.

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.4.6.C Flujo del proyecto durante la inversión

La composición de los recursos que hacen viable la realización del proyecto es como se muestra a continuación (cifras en millones de pesos constantes):

Cuadro 248

RECURSOS QUE PERMITEN LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

(millones de pesos constantes)

Concepto	Elemento	Costo
Origen de los recursos	Aportaciones de capital	367
	Financiamiento	334
	Suma	701
Aplicación	Proyecto y construcciones	598
	Gastos preoperativos	28
	Capital de trabajo	42
	Pago de créditos e intereses	25
	Comisiones financieras	8
	Suma	701

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Este origen y aplicación de recursos se refiere a la situación acumulada en los 2 primeros años de análisis, durante la etapa de construcción. El desglose por año durante todo del periodo de análisis se presenta en el Cuadro 252, pág. 1036.

La evaluación considera que el proyecto se conceptualiza y empieza a desarrollarse en el año 2013, que la construcción se hace durante ese año y el siguiente y que su operación empieza en el 2015.

7.3.4.6.D Pronóstico de ventas

Se estima que el parque podría ser visitado por alrededor de 800,000 personas al año, cifra que representa el 10% de la afluencia turística anual más los habitantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

De las personas que visiten el parque, se asume que el 70% de ellos abordaría los principales atractivos mecánicos del parque, siempre sin sobrepasar la capacidad de operación calculada.

Las cifras de las ventas consideradas se muestran a continuación.

Cuadro 249
PRONÓSTICO DE AFLUENCIA Y VENTA

Concepto	2013	2015	2018	2030
Afluencia turística	3,040,091	3,200,695	3,441,602	4,408,313
Población ^{a/}	4,636,801	4,776,949	4,995,152	5,972,295
Visitantes del Parque	0	797,764	843,675	1,038,061
Teleférico (pers.)	0	558,435	590,573	726,643
Rueda de la fortuna (pers.)	0	483,840	590,573	677,376
Talleres artesanales (pers.)	0	14,562	20,387	20,387
Trineo de verano (pers.)	0	57,600	80,640	80,640
Tiendas y restaurantes (m² rentados)	0	1,434	2,048	2,048
Recorridos guiados (pers.)	0	10,080	14,400	14,400
Campamento (pers.)	0	14,003	19,605	19,605

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

7.3.4.6.E Cálculo de ingresos

Los ingresos del proyecto provendrán de las siguientes fuentes:

- Del cobro de tarifas de acceso al parque. Con el pago de esta tarifa, los visitantes podrán disfrutar del mirador volado, del Museo Vivo Jalisciense, del Parque Familiar Mini Jalisco, las áreas de día de campo y los andadores y miradores.
- Del el cobro de las tarifas de acceso a cada uno los atractivos mecánicos del parque, que son el teleférico, la rueda de la fortuna (La Espuela) y el trineo de verano
- Del pago de sesiones de instrucción y práctica de manualidades artesanales (talleres artesanales).
- Por la renta de espacios para tiendas y restaurantes.
- Por recorridos con guías especializados por las instalaciones de parque y áreas naturales del interior del mismo y sus alrededores.
- Por el cobro de tarifas para acampar.

7.3.4.6.F Costos de operación

La evaluación considera los siguientes costos:

- Tarifa de acceso 41% de los ingresos del depto.
- Teleférico 47% de los ingresos del depto.
- Rueda de la fortuna 47% de los ingresos del depto.
- Talleres artesanales 50% de los ingresos del depto.
- Trineo de verano 47% de los ingresos del depto.
- Tiendas y restaurantes 20% de los ingresos del depto.
- Recorridos guiados 40% de los ingresos del depto.
- Campamento 20% de los ingresos del depto.
- Administrativos y generales 11.0% de los ingresos totales
- Mercadotecnia y publicidad 6.0% de los ingresos totales
- Energía y mantenimiento 6.0% de los ingresos totales
- Impuestos y seguros 0.7% de los ingresos totales

Se consideró que la operación del proyecto estará exenta del pago del Impuesto sobre la renta.

7.3.4.6.G Resultados de la evaluación

En los siguientes cuadros se muestran los estados financieros proformas calculados para el proyecto, compuestos por el Estado de resultados, el Origen y Aplicación de recursos y el Balance general. Los principales resultados de rentabilidad del análisis se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 250

RESULTADOS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Concepto	CAND^{1/}	CAD^{2/}
RENTABILIDAD		
Del proyecto		
Año de recuperación	2022	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	20,665	20,665
T. I. R. (%)	12.5	12.5
Del capital		
Año de recuperación	2024	
V. P. N. (12%) (Miles de pesos)	70,552	112,064
T. I. R. (%)	14.2	15.7
Utilidad de operación / ventas (%) (2017)	32.7	
Utilidad a. de imp. / ventas (%) (2017)	11.5	
Utilidad neta / ventas (%) (2017)	11.5	
Utilidad neta / activo (%) (2017)	4.7	
Utilidad neta / aport. capital (%) (2017)	8.5	
Liquidez (año 2017)		
Activo circulante / pasivo circulante	4.4	
Solvencia (año 2017)		
Pasivo / patrimonio	0.6	
Pasivo / activo	0.4	

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 251
ESTADO DE RESULTADOS (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Ingresos														
Tarifa de acceso	0	0	87,754	89,426	91,109	92,804	94,515	96,237	97,973	99,721	101,482	103,256	105,043	114,187
Teleférico	0	0	89,350	91,052	92,765	94,492	96,233	97,987	99,754	101,534	103,327	105,133	106,953	116,263
Rueda de la fortuna	0	0	58,061	68,289	69,574	70,869	72,175	73,490	74,815	76,150	77,495	78,850	80,215	81,285
Talleres artesanales	0	0	1,456	1,747	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039	2,039
Trineo de verano	0	0	6,912	8,294	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677	9,677
Tiendas y restaurantes	0	0	4,302	5,531	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145	6,145
Recorridos guiados	0	0	756	972	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080
Campamento	0	0	840	1,008	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176	1,176
Suma	0	0	249,430	266,318	273,565	278,281	283,039	287,832	292,659	297,521	302,420	307,355	312,327	331,851
Costos de operación														
Costos de operación	0	0	110,594	118,079	121,178	123,294	125,428	127,578	129,743	131,924	134,121	136,335	138,565	147,179
Gastos no distribuidos														
Admon. y grales.	0	0	27,437	29,295	30,092	30,611	31,134	31,661	32,192	32,727	33,266	33,809	34,356	36,504
Mercadotecnia y ventas	0	0	14,966	15,979	16,414	16,697	16,982	17,270	17,560	17,851	18,145	18,441	18,740	19,911
E. y mantenimiento	0	0	14,966	15,979	16,414	16,697	16,982	17,270	17,560	17,851	18,145	18,441	18,740	19,911
Suma costos y gastos	0	0	167,963	179,332	184,099	187,299	190,527	193,779	197,055	200,354	203,678	207,027	210,401	223,504
Utilidad de operación	0	0	81,468	86,986	89,467	90,983	92,512	94,053	95,604	97,167	98,742	100,328	101,927	108,347
Cargos fijos														
Impuestos y seguros	0	0	1,746	1,864	1,915	1,948	1,981	2,015	2,049	2,083	2,117	2,151	2,186	2,323
Depreciaciones	0	0	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	26,759	26,759
Intereses nominales	0	13,208	24,855	22,741	20,450	17,970	15,283	12,374	9,223	5,811	2,115	0	0	0
Suma	0	13,208	62,346	60,349	58,110	55,662	53,009	50,133	47,016	43,638	39,977	37,896	28,945	29,082
Utilidad antes ISR y PTU	0	-13,208	19,122	26,637	31,357	35,321	39,503	43,919	48,588	53,530	58,765	62,432	72,981	79,265
PTU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad neta	0	-13,208	19,122	26,637	31,357	35,321	39,503	43,919	48,588	53,530	58,765	62,432	72,981	79,265

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 252
ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Origen de los recursos														
Generación de efectivo														
Utilidad neta	0	-13,208	19,122	26,637	31,357	35,321	39,503	43,919	48,588	53,530	58,765	62,432	72,981	79,265
(+) Depreciaciones	0	0	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	26,759	26,759
Suma	0	-13,208	54,866	62,382	67,102	71,065	75,248	79,664	84,333	89,274	94,510	98,177	99,740	106,024
Aportaciones	174,600	192,341	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financiamiento	170,341	163,455	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	344,941	342,588	54,866	62,382	67,102	71,065	75,248	79,664	84,333	89,274	94,510	98,177	99,740	106,024
Aplicación de recursos														
Inversiones														
Proys. y trámites	53,518	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Adq. de terreno	8,910	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instal. especiales	21,330	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Construcciones	256,925	256,925	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	340,682	256,925	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos preoperativos	0	27,994	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	41,991	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	4,259	4,086	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	344,941	330,995	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago créditos	0	11,592	25,481	27,596	29,886	32,366	35,053	37,962	41,113	44,525	48,221	0	0	0
Suma	344,941	342,588	25,481	27,596	29,886	32,366	35,053	37,962	41,113	44,525	48,221	0	0	0
Saldo	0	0	29,386	34,786	37,216	38,699	40,195	41,702	43,220	44,749	46,289	98,177	99,740	106,024
Saldo acumulado	0	0	29,386	64,172	101,387	140,086	180,281	221,983	265,202	309,951	356,240	454,417	554,157	660,181

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

Cuadro 253

BALANCE GENERAL PROFORMA (Miles de pesos constantes)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030
Activo														
Capital de trabajo	0	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991	41,991
Excedentes efectivo	0	0	29,386	64,172	101,387	140,086	180,281	221,983	265,202	309,951	356,240	454,417	554,157	1,072,239
<i>Activo circulante</i>	0	41,991	71,376	106,162	143,378	182,077	222,272	263,973	307,193	351,942	398,231	496,407	596,148	1,114,230
Activo remanente	344,941	633,946	633,946	598,201	562,456	526,712	490,967	455,223	419,478	383,733	347,989	312,244	276,500	142,705
Depreciación anual	0	0	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	35,745	26,759	26,759
<i>Activo fijo neto</i>	344,941	633,946	598,201	562,456	526,712	490,967	455,223	419,478	383,733	347,989	312,244	276,500	249,741	115,946
<i>Activo total</i>	344,941	675,936	669,577	668,619	670,090	673,044	677,494	683,451	690,926	699,930	710,475	772,907	845,888	1,230,176
Pasivo														
Pasivo circulante	11,592	25,481	27,596	29,886	32,366	35,053	37,962	41,113	44,525	48,221	0	0	0	0
Pasivo fijo	158,749	296,723	269,127	239,241	206,875	171,822	133,860	92,747	48,221	0	0	0	0	0
<i>Pasivo total</i>	170,341	322,204	296,723	269,127	239,241	206,875	171,822	133,860	92,747	48,221	0	0	0	0
Patrimonio														
Aportaciones	174,600	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941	366,941
Utilidad neta	0	-13,208	19,122	26,637	31,357	35,321	39,503	43,919	48,588	53,530	58,765	62,432	72,981	79,265
Utilidad acum.	0	-13,208	5,913	32,550	63,907	99,228	138,731	182,650	231,239	284,768	343,534	405,966	478,947	863,235
<i>Patrimonio total</i>	174,600	353,733	372,854	399,491	430,848	466,169	505,672	549,592	598,180	651,709	710,475	772,907	845,888	1,230,176
Pasivo + patrimonio	344,941	675,936	669,577	668,619	670,090	673,044	677,494	683,451	690,926	699,930	710,475	772,907	845,888	1,230,176

FUENTE: CEURA S.A. de C.V.