

**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 4: Programa Estratégico de Turismo



---

**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](http://www.ceura.com.mx) e-mail: [ceurasa@prodigy.net.mx](mailto:ceurasa@prodigy.net.mx) [ceurasa@yahoo.com.mx](mailto:ceurasa@yahoo.com.mx)

---

## **CONTENIDO**

<b>4. ....</b>	<b>641</b>
<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO DE TURISMO .....</b>	<b>641</b>
<b>4.1. La Misión de la ZMG .....</b>	<b>642</b>
4.1.1. Misión General de la ZMG.....	642
4.1.2. Misión de la Iniciativa Privada (IP).....	642
4.1.3. Misión del Gobierno del Estado.....	642
4.1.4. Misión de la Sociedad.....	642
<b>4.2. Visión del Destino.....</b>	<b>643</b>
4.2.1. Visión General de la ZMG .....	643
4.2.2. Visión de la Iniciativa Privada (IP) .....	643
4.2.3. Visión del Gobierno del Estado .....	643
4.2.4. Visión de la sociedad.....	643
<b>4.3. Objetivos y Metas del Desarrollo Turístico .....</b>	<b>644</b>
<b>4.4. Estrategia de Desarrollo Turístico.....</b>	<b>645</b>
4.4.1. Introducción .....	645
4.4.2. Competitividad sistémica .....	646
4.4.2.1. Directrices estratégicas: Nivel micro.....	649
4.4.2.1.A Integración al padrón del 3%.....	649
4.4.2.1.B Transparencia.....	649
4.4.2.1.C Capacitación continua.....	649
4.4.2.1.D Gestión de la calidad.....	649
4.4.2.2. Directrices estratégicas: Nivel meso.....	649
4.4.2.2.A Cooperación .....	650
4.4.2.2.B Centro de Excelencia.....	650
4.4.2.2.C Sistema Educativo Dual.....	650
4.4.2.2.D Organismo metropolitano de turismo .....	650
4.4.2.2.E Plataforma turística metropolitana virtual .....	650
4.4.2.2.F Sustentabilidad turística.....	650
4.4.2.3. Directrices estratégicas: Nivel macro .....	651
4.4.2.3.A Programa Metropolitano de Turismo.....	651

4.4.2.3.B	<i>Cooperación turística interestatal</i> .....	651
4.4.2.4.	Directrices estratégicas: Nivel meta .....	651
4.4.2.4.A	<i>Difusión masiva</i> .....	651
4.4.2.4.B	<i>Planes turísticos locales</i> .....	651
4.4.2.4.C	<i>Difusión de atractivos turísticos naturales</i> .....	651
4.4.3.	Desarrollo sostenible .....	652
4.4.3.1.	Premisas .....	652
4.4.3.2.	Agenda 21.....	653
4.4.4.	Reposicionamiento e Integración del Producto Turístico.....	654
4.4.4.1.	Reposicionamiento.....	654
4.4.4.2.	Integración del Producto Turístico .....	664
4.4.4.2.A	<i>Cadena de Valor del Producto Turístico</i> .....	665
4.4.4.3.	Acciones de Promoción y Publicidad.....	672
4.4.4.3.A	<i>Plan de Mercadotecnia</i> .....	672
4.4.4.4.	Gestión Turística .....	677
4.4.4.5.	Soporte Postventa.....	680
4.4.4.6.	Educación y Capacitación .....	681
4.4.4.6.A	<i>Educación y sensibilización general</i> .....	681
4.4.4.6.B	<i>Capacitación Turística</i> .....	682
4.4.4.6.C	<i>El Sistema Dual: Capacitación turística eficaz y eficiente</i> .....	685
4.4.5.	Modelo de Desarrollo Turístico .....	687
4.4.5.1.	Nivel macroregional.....	687
4.4.5.2.	Nivel Regional .....	689
4.4.5.3.	Nivel Metropolitano.....	690
4.4.6.	Mercado Objetivo .....	691
4.4.6.1.	Mercado nacional.....	691
4.4.6.2.	Mercado internacional.....	693
4.4.7.	Segmentos prioritarios para la ZMG .....	696
4.4.8.	Política de Estadía.....	698
4.4.8.1.	Tendencia 1: Prolongación de la estadía.....	698
4.4.8.2.	Tendencia 2: Abreviación de la estadía.....	698
4.4.9.	Zonas de mayor potencial .....	699
4.4.9.1.	Zonas de Especialización Turística ZET.....	699
4.4.9.2.	Vocación de las ZET: Segmentos de mercado.....	700
4.4.9.3.	Políticas de aprovechamiento recomendadas para las ZET .....	701

4.4.10. Productos turísticos recomendados .....	702
4.4.10.1. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara).....	704
4.4.10.2. ZET 2: Tlaquepaque.....	705
4.4.10.3. ZET 3: Lafayette (Guadalajara) .....	706
4.4.10.4. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural .....	707
4.4.10.5. ZET 6: Tonalá Artesanal .....	708
4.4.10.6. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara) .....	709
4.4.10.7. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara).....	710
4.4.10.8. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan) .....	711
4.4.10.9. ZET 10: Miradores (Guadalajara) .....	712
4.4.10.10. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara).....	713
4.4.10.11. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan).....	714
4.4.10.12. ZET 13: JVC – Metropolitano (Guadalajara / Zapopan).....	715
4.4.10.13. ZET 14: Santuario de los Mártires (Tlaquepaque) .....	716
4.4.10.14. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco).....	716
4.4.10.15. Cartera de proyectos estratégicos.....	717
4.4.11. Acciones Turísticas Prioritarias .....	718
4.4.11.1. Acciones generales para todas las ZET .....	718
4.4.11.1.A <i>Sistema de información turística integral</i> .....	718
4.4.11.1.B <i>Módulos de sanitarios en puntos estratégicos</i> .....	719
4.4.11.1.C <i>Presencia visible de la Policía Turística de 8:00 a 24:00</i> .....	719
4.4.11.2. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara).....	720
4.4.11.3. ZET 2: Tlaquepaque.....	721
4.4.11.4. ZET 3: Lafayette (Guadalajara) .....	722
4.4.11.5. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural .....	723
4.4.11.6. ZET 6: Tonalá Artesanal .....	724
4.4.11.7. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara) .....	725
4.4.11.8. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara).....	726
4.4.11.9. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan) .....	727
4.4.11.10. ZET 10: Miradores (Guadalajara) .....	728
4.4.11.11. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara).....	729
4.4.11.12. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan).....	730
4.4.11.13. ZET 13: JVC - Metropolitano (Zapopan).....	731
4.4.11.14. ZET 14: Santuario de Los Mártires (Tlaquepaque) .....	732
4.4.11.15. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco).....	733



4.4.11.16. Otras Acciones.....	734
4.4.12. Inmuebles de valor histórico y cultural.....	735
<b>4.5. Desarrollo Urbano: Acciones Prioritarias.....</b>	<b>737</b>
4.5.1.1. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara).....	737
4.5.1.2. ZET 2: Tlaquepaque.....	739
4.5.1.3. ZET 3: Lafayette (Guadalajara) .....	741
4.5.1.4. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural .....	743
4.5.1.5. ZET 6: Tonalá Artesanal .....	745
4.5.1.6. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara) .....	747
4.5.1.7. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara).....	749
4.5.1.8. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan) .....	751
4.5.1.9. ZET 10: Miradores (Guadalajara) .....	753
4.5.1.10. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara).....	754
4.5.1.11. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan).....	756
4.5.1.12. ZET 13: JVC – Metropolitano (Zapopan) .....	757
4.5.1.13. ZET 14: Santuario de los Mártires (Tlaquepaque) .....	759
4.5.1.14. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco).....	761
<b>4.6. Modelo de Ordenamiento Turístico Territorial .....</b>	<b>762</b>
4.6.1. Metodología.....	762
4.6.2. Zonas de Aprovechamiento Turístico (ZAT) .....	763
4.6.2.1. ZAT-R: Restringido.....	764
4.6.2.1.A Localización.....	764
4.6.2.1.B Características Generales.....	764
4.6.2.1.C Actividades turísticas permitidas .....	764
4.6.2.2. ZAT-C: Condicionado.....	765
4.6.2.2.A Localización.....	765
4.6.2.2.B Actividades turísticas permitidas .....	766
4.6.2.3. ZAT-S: Sustentable .....	766
4.6.2.3.A Localización.....	766
4.6.2.3.B Características Generales.....	767
4.6.2.3.C Actividades turísticas permitidas .....	767
4.6.2.4. ZAT-E: Especial .....	768
4.6.2.4.A Localización.....	768
4.6.2.4.B Características Generales.....	768
4.6.2.4.C Actividades turísticas permitidas .....	769
4.6.2.5. ZAT-U: Urbano.....	770

4.6.2.5.A	Localización .....	770
4.6.2.5.B	Características Generales.....	770
4.6.2.5.C	Actividades turísticas permitidas .....	770
<b>4.7.</b>	<b>Imagen Urbana .....</b>	<b>772</b>
<b>4.8.</b>	<b>Vialidad y Transporte .....</b>	<b>772</b>
4.8.1.	Priorización de la movilidad lenta .....	773
4.8.2.	Ampliación del sistema de transporte público.....	779
4.8.3.	Complementación del sistema vial existente .....	781
4.8.4.	Instauración de un sistema de transferencia turística.....	785
4.8.5.	Creación de sistemas de transporte turísticos recreativo .....	786
4.8.5.1.	Teleférico .....	786
4.8.5.2.	Funicular .....	787
4.8.5.3.	Tren turístico .....	788
4.8.5.4.	Trenecito turístico.....	789
<b>4.9.</b>	<b>Infraestructura, Servicios, Equipamiento Urbanos.....</b>	<b>791</b>
4.9.1.	Zona Metropolitana de Guadalajara .....	791
4.9.1.1.	Agua Potable.....	793
4.9.1.2.	Tratamiento de Aguas Residuales.....	795
4.9.1.3.	Energía Eléctrica.....	797
4.9.1.4.	Telefonía .....	798
4.9.1.5.	Generación de Residuos Sólidos .....	799
4.9.2.	Normatividad (matriz de compatibilidad): Servicios y Equipamiento .....	800
4.9.2.1.A	Compatibilidad .....	800
4.9.2.1.B	Tabla de compatibilidad de los usos del suelo .....	801
<b>4.10.</b>	<b>Mejoramiento y conservación del ambiente.....</b>	<b>802</b>
4.10.1.	Lineamientos generales.....	802
4.10.2.	Acciones de conservación .....	803
4.10.2.1.	Barranca del Río Santiago .....	803
4.10.2.2.	Arroyos Atemajac y San Juan de Dios .....	805
4.10.2.3.	Arroyo de Osorio y Parque Solidaridad .....	805
4.10.2.4.	Parques urbanos Agua Azul, González Gallo y El Deán .....	805
4.10.2.5.	Escurrimientos pluviales de los Cerros Santa María y El Cuatro .....	806

4.10.2.6.	Arroyo La Campana, Canal de Patria, La Experiencia y Atemajac ...	806
4.10.2.7.	Parque Los Colomos.....	806
4.10.2.8.	Arroyos de las laderas de Huentitán y Oblatos.....	807
4.10.2.9.	Río Blanco .....	807
4.10.3.	Acciones para conservar áreas verdes .....	807
4.10.4.	Acciones de saneamiento del Agua .....	810
4.10.5.	Riesgos Naturales .....	812
4.10.5.1.	Desprendimientos, deslizamientos y caída de masas .....	812
4.10.5.2.	Hundimientos .....	812
4.10.5.3.	Inundaciones.....	812
4.10.6.	Acciones contra el Cambio Climático .....	813
4.10.7.	Gases de efecto invernadero.....	813
4.10.8.	Mecanismos para acceder a los apoyos por bonos de carbono....	816
<b>4.11.</b>	<b>Propuesta de acciones para el CCRR de SECTUR .....</b>	<b>816</b>

# 4.

---

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO DE TURISMO**

Con base a las conclusiones del diagnóstico, se realizó el Programa Estratégico para el desarrollo Turístico de la ZMG a largo plazo, definiendo la imagen objetivo o visión del destino, incluyendo el Modelo de Desarrollo Turístico, el esquema de desarrollo territorial y estructuración del espacio turístico, el enfoque estratégico para la competitividad y sostenibilidad de la actividad.

Este programa se validó en los talleres de planeación estratégica participativa y se planteó en forma integral, mediante un esquema que propone, articule y oriente acciones en materia de la protección y aprovechamiento sostenible del medio ambiente, desarrollo económico-turístico, urbano y de servicios.

---

## **4.1. La Misión de la ZMG**

---

### **4.1.1. Misión General de la ZMG**

Consolidar la ZMG en el medio plazo como el principal destino y puerta de entrada a la Región Centro Occidente de México, así como centro emisor de turistas a las zonas de cercanía (Tequila, Chapala, Zapotlanejo, Mazamitla y Tapalpa).

### **4.1.2. Misión de la Iniciativa Privada (IP)**

Impulsar el sector empresarial de la ZMG y zonas de cercanía, incrementando la rentabilidad de los negocios turísticos.

### **4.1.3. Misión del Gobierno del Estado**

Participar coordinadamente con los diversos sectores con programas encaminados a consolidar la infraestructura y el equipamiento turístico, fortalecer la promoción de la ZMG, y realizar campañas para la diversificación de los mercados emisores y los nichos atraídos.

### **4.1.4. Misión de la Sociedad**

Promover una organización social activa con identidad, valores y reconocimiento de conservación y aprovechamiento sustentable del patrimonio turístico de la ZMG.

---

## **4.2. Visión del Destino**

---

### **4.2.1. Visión General de la ZMG**

La ZMG percibida a nivel internacional como el destino turístico urbano más mexicano, sustentable, organizado, diverso, competitivo e innovador.

### **4.2.2. Visión de la Iniciativa Privada (IP)**

Generar sinergias con el gobierno y la sociedad bajo los ejes de desarrollo turístico de la ZMG de manera consistente, proactiva y dinámica.

### **4.2.3. Visión del Gobierno del Estado**

Fortalecer los enlaces y facilitar los procesos entre los actores del desarrollo turístico de la ZMG.

### **4.2.4. Visión de la sociedad**

Ser parte de las bondades y beneficios de la actividad turística generada en la ZMG.



---

## 4.3. Objetivos y Metas del Desarrollo Turístico

---

A partir de realizar un diagnóstico integral de la situación turística que prevalece en la ZMG se proponen los siguientes objetivos:

- **Oferta:**  
Avanzar en una estrategia para abatir la estacionalidad, aumentar la ocupación y mejorar las tarifas.
- **Demanda:**  
Diversificar los nichos atraídos y los mercados emisores, tanto nacionales como internacionales.
- **Espacio y Recursos Turísticos:**
  - Recalificar la oferta en el centro histórico.
  - Ampliar la cadena de valor mediante la incorporación de nuevos productos, servicios y zonas de especialización turística.
- **Conectividad:**
  - Impulsar la conectividad aérea a nuevos centros emisores de turismo nacional e internacional.
  - Mejorar la capacidad de la conectividad terrestre (autopistas, terminales de autobuses).
- **Mercado de Trabajo:**  
Continuar con la mejora educativa y de capacitación para contar con recursos humanos calificados y competitivos.
- **Oferta Formativa:**  
Avanzar en la firma de convenios estratégicos con los centros educativos y de capacitación para mejorar la formación de cuadros profesionales y empleo.
- **Gestión:**  
Mejorar los índices turísticos mediante el desarrollo de nuevas herramientas de promoción, correlación y fidelización.

---

## **4.4. Estrategia de Desarrollo Turístico**

---

### **4.4.1. Introducción**

El Programa Estratégico de Turismo tiene como objetivo principal el impulso de la competitividad sistémica de la actividad turística en la Zona Metropolitana de Guadalajara, a través de estrategias de desarrollo ordenadas y sostenibles.

Se parte de que Guadalajara es el punto de entrada a toda la Región Centro Occidente de México así como al Estado de Jalisco, para los segmentos estratégicos identificados: El turismo de negocios, el turismo cultural en todas sus facetas, así como el turismo de entretenimiento, ocio nocturno y eventos masivos.

En el marco de una zonificación turística, se propone recuperar los sitios con valor arquitectónico, histórico y cultural definidos en las 15 Zonas de Especialización Turística y sus corredores prioritarios.

Un punto central es el mejoramiento de la movilidad turística por medio de propuestas integrales de transporte turístico, además de complementar la oferta actual a través de recorridos y circuitos turísticos temáticos, generando sinergias con las rutas y los destinos ubicados en las cercanías.

Con todo ello se pretende inspirar principalmente la capacidad de los Tapatíos para proyectarse al futuro como habitantes de una ciudad de vanguardia en donde las cosas suceden.

Se reunió una cartera de proyectos estratégicos mediante la cual se pretende consolidar, diferenciar y complementar la oferta turística existente. De esta lista representantes de sector turístico y empresarial identificaron los siguientes 4 Proyectos Detonadores como decisivos para el impulso y la reconversión del destino Guadalajara.

A continuación se definen las directrices estratégicas con fundamento en 2 premisas básicas que constituyen requisitos del desarrollo turístico competitivo y sostenible: La competitividad sistémica y el desarrollo sostenible.

#### 4.4.2. Competitividad sistémica

La competitividad es un tema de gran importancia para lograr un desarrollo sustentable, ya que afecta a todos los ámbitos de una sociedad dentro de su territorio.

Una manera de analizar la competitividad es su desagregación en 4 ámbitos, como se puede observar en la siguiente figura.

**Figura 224**

#### **ESTRUCTURA TERRITORIAL COMPETITIVA**



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a: Plan de la Región Metropolitana de Guadalajara (2008)

Tocando los mismos temas pero visto desde otra perspectiva, el enfoque de la competitividad sistémica puede resultar una herramienta útil para el presente estudio. Bajo el enfoque de la competitividad sistémica se entiende la interacción de los diferentes niveles y actores que conforman la cadena de valor turística, estableciendo su capacidad para generar una mayor satisfacción de los turistas.

➤ **Nivel micro**

Organizaciones empresariales, su capacidad innovadora y su capacidad de gestión: Estrategias empresariales, Gestión de la innovación, Integración en redes de cooperación tecnológicas, Interacción de proveedores, productores y usuarios.

➤ **Nivel meso:**

Relaciones que se establecen entre las instituciones de los sectores público, privado y social, para el desarrollo de la competitividad: Política de infraestructura, educacional, tecnológica, ambiental y regional.

➤ **Nivel macro:**

Sistema político y medidas de estabilidad económica: Política presupuestaria, monetaria, fiscal, cambiaria y comercial.

➤ **Nivel meta:**

Aspectos socioculturales, escala de valores, tradiciones y patrones de organización social: Patrones básicos de organización política, jurídica y económica, Capacidad estratégica y política.

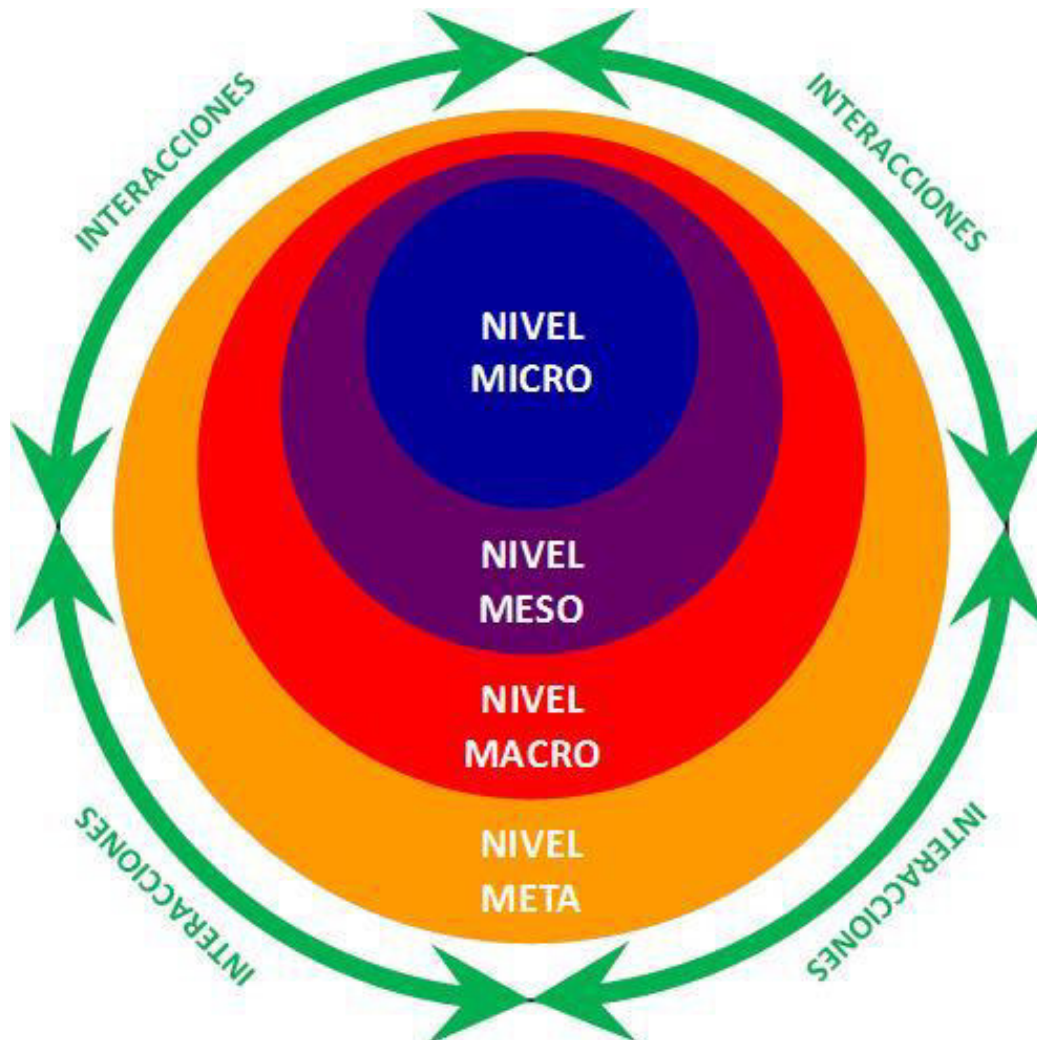
Por su carácter transversal, la actividad turística es un sistema sumamente complejo, y muchos de los temas que interactúan en este sistema se encuentran fuera del ámbito directo de los organismos y las organizaciones del sector.

Un elemento central en todos los enfoques para la formulación y la puesta en marcha de estrategias de competitividad sin embargo es, en primer lugar, el diálogo y, en segundo lugar, la promoción de instituciones que incentiven una cultura de transparencia, cooperación y desarrollo institucional.

Solamente si se logra una focalización de los recursos físicos, financieros y humanos provenientes de diferentes ámbitos y dirigirlos de forma coordinada hacia proyectos prioritarios para el funcionamiento del turismo, el destino “Guadalajara” puede mejorar su competitividad frente a otros actores competidores en México, Norteamérica o incluso a nivel global.

Figura 225

**NIVELES DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA**



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a: Gonzalo Cruz - Cristina Varisco

En este orden de ideas se proponen las siguientes directrices estratégicas.

#### **4.4.2.1. Directrices estratégicas: Nivel micro**

➤ Estrategia general:

Fortalecer el nivel de la competitividad de las empresas por medio de estrategias de transparentización, difusión, colaboración y capacitación.

##### **4.4.2.1.A Integración al padrón del 3%**

Fomentar la integración voluntaria de todos los establecimientos del sector hotelero al padrón del impuesto del 3% ISH, ofreciendo beneficios tangibles para los asociados.

##### **4.4.2.1.B Transparencia**

Mejorar la transparencia entre todas las empresas del sector turístico, realizando reuniones regulares, publicando reportes oficiales y creando una plataforma virtual de interacción entre los asociados al padrón del 3%, a fin de fomentar la gestión de las cadenas productivas.

##### **4.4.2.1.C Capacitación continua**

Aumentar la competitividad de las empresas por medio de programas de capacitación continua y la difusión de mejores prácticas a través de una red de cooperación tecnológica.

##### **4.4.2.1.D Gestión de la calidad**

Realizar campañas dirigidas a los asociados del impuesto del 3% ISH enfocados a establecer y fomentar una cultura de gestión de la calidad (ISO, Distintivos H, M, S, etc.) con apoyos para la renovación de los distintivos.

#### **4.4.2.2. Directrices estratégicas: Nivel meso**

➤ Estrategia general:

Fortalecer el nivel de competitividad por medio de estrategias de colaboración y eficientización a nivel metropolitano.



#### **4.4.2.2.A Cooperación**

Formalizar e institucionalizar cooperaciones a nivel metropolitano dentro de cada sector.

#### **4.4.2.2.B Centro de Excelencia**

Crear un espacio concentrado (“Centro de Excelencia”), donde se localicen físicamente los organismos turísticos de los diferentes sectores (privado, social, público), a fin de crear sinergias y caminos cortos. En el marco del presente Programa se propone su integración al Proyecto Detonador 1 - Centro Expo (véase Cap. 7.3.1, pág. 917).

#### **4.4.2.2.C Sistema Educativo Dual**

Rediseñar el sistema de educación turística como Sistema Educativo Dual: Enseñanza y trabajo paralelos, continuos y formalizados en un solo plan de estudio, diseñado en conjunto con el sector empresarial turístico donde trabajan los estudiantes mientras que estudian (para mayor información, véase Cap. 4.4.4.6.C, pág. 685).

#### **4.4.2.2.D Organismo metropolitano de turismo**

Crear un solo organismo metropolitano de turismo, fusionando las direcciones de turismo municipales, que planea, coordina y ejecute obras y acciones turísticas de interés metropolitano, estableciendo un claro liderazgo en el sector.

#### **4.4.2.2.E Plataforma turística metropolitana virtual**

Crear una plataforma virtual unificada para el turismo metropolitano en todas sus facetas (empresas y establecimientos, atractivos y actividades, empleo y conocimiento, etc.), reuniendo las informaciones distribuidas en diferentes plataformas (véase también Cap. 4.4.11.1.A, pág. 718).

#### **4.4.2.2.F Sustentabilidad turística**

Definir y gestionar un Plan Metropolitano de Sustentabilidad Turística, con la participación activa de todos los sectores (véase también Cap. 4.4.3, pág. 652).

#### **4.4.2.3. Directrices estratégicas: Nivel macro**

➤ Estrategia general:

Estrechar vínculos entre el turismo metropolitano y las autoridades federales, a fin de definir e implementar una estrategia turística metropolitana coherente en su contexto regional y federal.

##### **4.4.2.3.A Programa Metropolitano de Turismo**

Gestionar el establecimiento permanente del Programa Metropolitano de Turismo como elemento obligatorio en los planes de gobierno.

##### **4.4.2.3.B Cooperación turística interestatal**

Fortalecer la cooperación turística interestatal entre los estados que conforman la Región Centro-Occidente de México, creando una imagen conjunta para toda la región, con Guadalajara como su centro regional.

#### **4.4.2.4. Directrices estratégicas: Nivel meta**

➤ Estrategia general:

Sensibilizar y solidarizar la población metropolitana en términos turísticos: Todos somos turistas, todos somos Guadalajara.

##### **4.4.2.4.A Difusión masiva**

Fomentar la difusión masiva de eventos, sitios, atractivos y actividades turísticas en Guadalajara y su región circundante, fortaleciendo así el turismo interno.

##### **4.4.2.4.B Planes turísticos locales**

Acercar el proceso de planeación turística a la ciudadanía, creando planes turísticos locales (nivel ZET) con participación social y fundando Asociaciones Turísticas locales (nivel ZET y menor).

##### **4.4.2.4.C Difusión de atractivos turísticos naturales**

Poner énfasis especial en la difusión de atractivos turísticos naturales, creando conciencia ecológica al fomentar la valoración de los recursos y la reflexión sobre problemas ambientales.

### **4.4.3. Desarrollo sostenible**

#### **4.4.3.1. Premisas**

A continuación se presentan las premisas y los fundamentos estratégicos en su vertiente del desarrollo sostenible.

El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada en el uso apropiado de los recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de la población local y el éxito económico de la actividad, que además contribuya al desarrollo local, y regional.

*a) Turismo sustentable:*

- No abusar del recurso turístico
- Generar visitantes de alto valor
- Visitantes responsables que conservan el ambiente y los recursos, no contaminan, ahorran recursos, agua y energía.

*b) Turismo de alto valor:*

- Promueve el ahorro y la utilización eficiente de los recursos.
- El turismo se compromete con la comunidad y sus necesidades.
- Busca un compromiso con el medio ambiente.

*c) Sinergia turística:*

- Integración de elementos que permitan una experiencia integrada y armónica (recursos turísticos + actividades + capacitación + comercialización).
- Las empresas turísticas deben certificarse para realizar acciones de manejo y conservación, esto marca una clara diferenciación del producto turístico.
- Aumentar la competitividad de las empresas turística

- d) *Respeto a la cultura y tradiciones:*
  - Los visitantes extranjeros y nacionales aprenden y respetan los valores culturales y las tradiciones.
- e) *Capacitación comunitaria:*
  - Promover la integración de grupos sociales que incrementen la positiva experiencia del visitante.
- f) *Costo beneficio de la comunidad:*
  - Las comunidades evalúan la mejoría de la calidad de vida no solo en términos de cantidad de visitantes sino de experiencia y distribución de los recursos.
- g) *Conservar la integridad del sitio:*
  - Visitantes responsables, prestadores de servicios capacitados, organismos gubernamentales, planificadores y visionarios.
  - Controles y planes de acción continuos.

#### **4.4.3.2. Agenda 21**

La Agenda 21 es una herramienta importante para definir una estrategia de sustentabilidad para el turismo mexicano (véase también Cap. 1.2.4.4.A, pág. 22). El Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo es una de las herramientas más importantes para la medición del estado de sustentabilidad de un destino.

Para la aplicación del sistema de indicadores en la ZMG se sugiere establecer un convenio entre la Secretaría de Turismo y las universidades con licenciatura en turismo, para que los estudiantes realicen, a manera de servicio social y de prácticas y con guía de un buen asesor gubernamental y/o académico, las funciones para generar los conocimientos y las informaciones necesarios para el funcionamiento continuo del sistema.

#### 4.4.4. Reposicionamiento e Integración del Producto Turístico

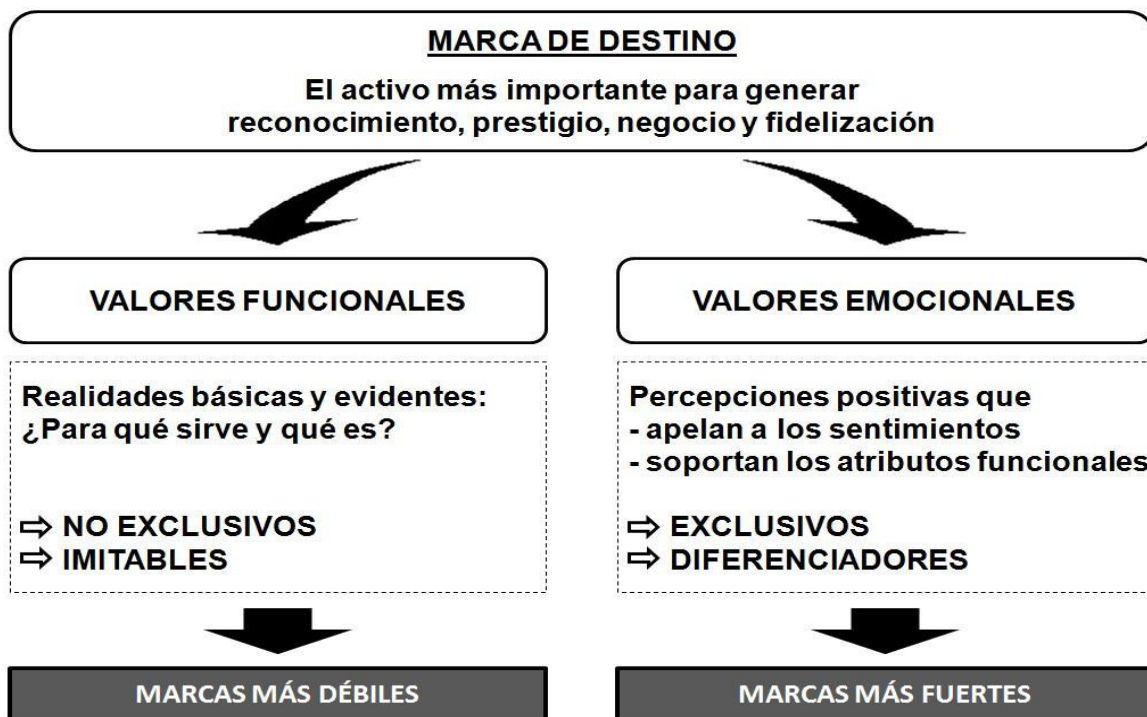
Como parte de la Estrategia de Desarrollo Turístico a continuación se presentan los elementos para el reposicionamiento de la ZMG así como una propuesta de integración del producto turístico y las acciones de promoción y publicidad.

##### 4.4.4.1. Reposicionamiento

La generación de una marca de destino permite crear un reposicionamiento exitoso de la ZMG a través de la interacción de valores funcionales y emocionales. La marca de destino ofrece un soporte estable, global y de alto valor añadido con información fiable, a fin de crear una diferencia clara frente a la competencia y establecer fuertes relaciones afectivas.

**Figura 226**

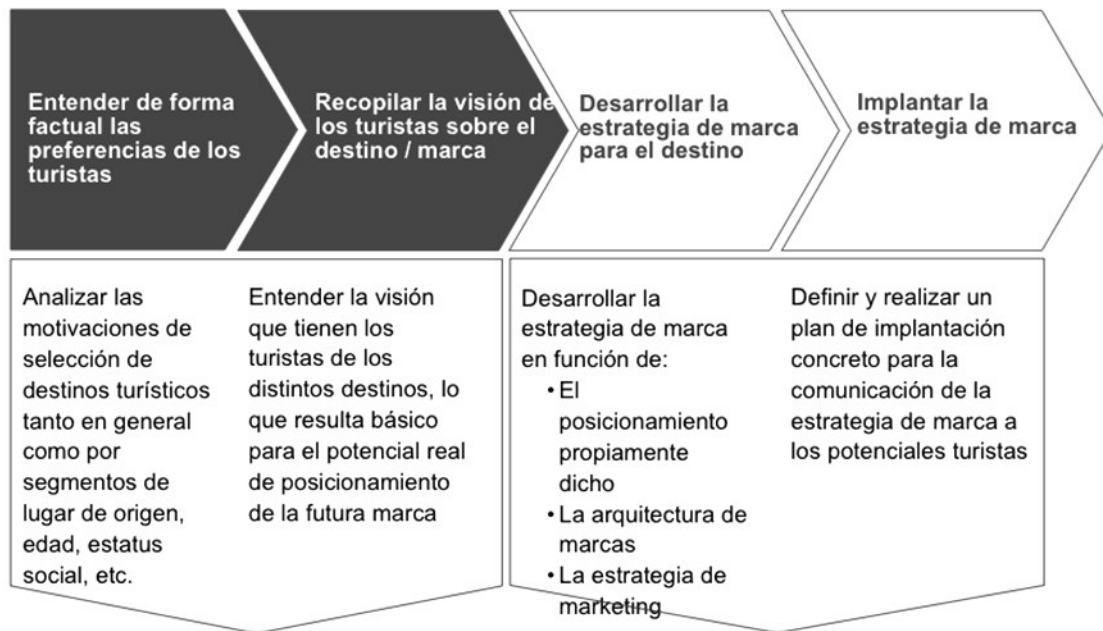
#### MARCA DE DESTINO: PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a: Toledo Alarcón, Eva: Marcas y destinos turísticos

**Figura 227**

**PROCESO PARA LA CREACIÓN DE MARCA TURÍSTICA: ZMG**



**FUENTE:** Toledo Alarcón, Eva: Marcas y destinos turísticos

La Marca ZM Guadalajara deberá contar con los siguientes factores:

- Referencia específica
- Deben tener una estrategia realista
- Deben transmitir valores diferenciadores
- Deben apoyarse en aspectos concretos
- Deben segmentar su oferta
- Deben optimizar esfuerzos promocionales
- Deben concienciar a sus habitantes
- Deben evolucionar y adaptarse



Figura 228

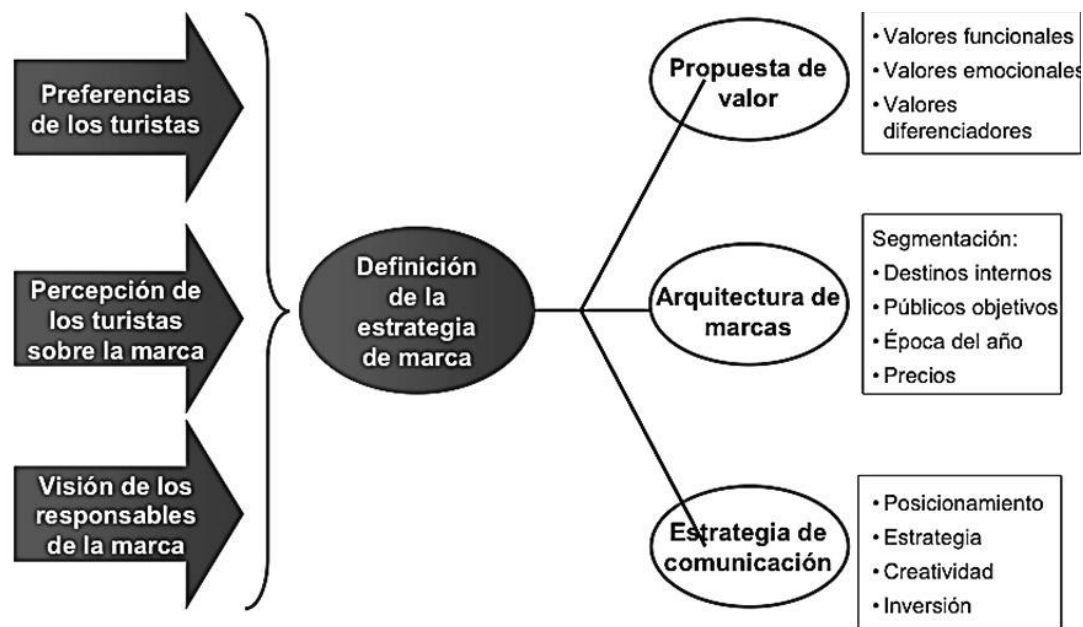
**TRADUCIR LOS VALORES FUNCIONALES EN VALORES EMOCIONALES**



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

**Figura 229**

**DEFINIR LA ESTRATEGIA DE MARCA : ZMG**



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

Las herramientas de e-marketing en cuanto a páginas web actuales están basadas en el diseño de páginas que presentan un inventario de atractivos turísticos con una muy limitada oferta de productos integrados. El posicionamiento está basada en el Recurso Turístico.

**Figura 230**  
**PAGINAS WEB TURÍSTICAS ACTUALES GUADALAJARA**

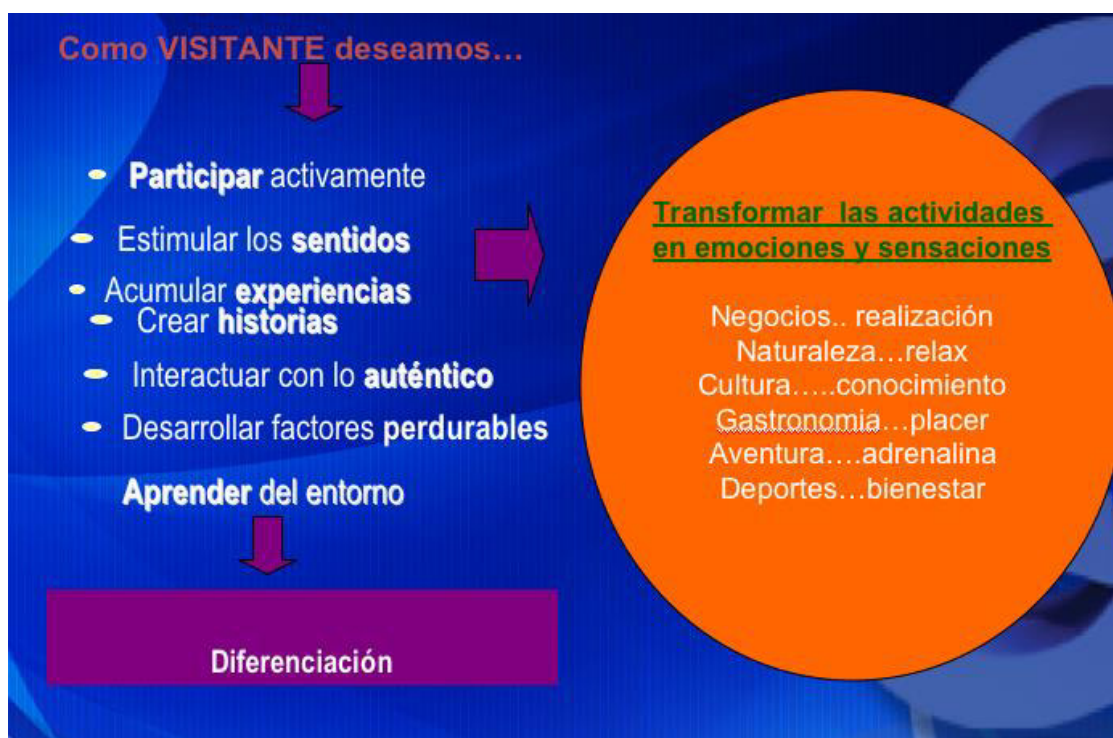


FUENTE: Páginas oficiales SETUJAL, OFVC, Dirección de Turismo Municipal

La transformación de mercadotecnia requiere de un nuevo enfoque basado en lo siguiente:

**Figura 231**

**VENDER EMOCIONES Y SENSACIONES**



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

Figura 232

**EJEMPLO: POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA**  
**BASADO EN ESTILO DE VIDA**



FUENTE: TURESPAÑA



Figura 233

**EJEMPLO: POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA**  
**BASADO EN DIFERENTES DESTINOS –PRODUCTOS TURÍSTICOS**



FUENTE: TURESPAÑA



**Figura 234**

**EJEMPLO: POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA  
BASADO EN UN ESTILO DE VIDA QUE “MARCARA” AL VISITANTE**



FUENTE: TURESPAÑA

Figura 235

**EJEMPLO: POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA ,  
BASADO EN EMOCIONES “SONRÍE” ESTAS EN ESPAÑA”**



FUENTE: TURESPAÑA

#### 4.4.4.2. Integración del Producto Turístico

Para enmarcar este tema a continuación se presenta la tipología del producto turístico.

**Figura 236**

#### **TIPOLOGÍA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

Tipología de Producto	Definición
Cultural:Patrimonial	Material: Arquitectura, monumentos, museos , espacios urbanos Inmaterial:tradiciones, fiestas, costumbres
Cultural:Gastronomía	Gastronomía y enoturismo
Cultural:Programado	Festivales, conciertos, danza, espectáculos, música
Deportivo	Espectadores/Participantes, eventos internacionales, nacionales, estatales y locales
Negocios	Comprende los productos relativos a conferencias, incentivos, congresos, convenciones, expos
Familiar	Familias tradicionales y no convencionales
Touring	Rutas o tours por zonas o regiones

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

**Figura 237**  
**TIPOLOGÍA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

Tipología de Producto	Definición
Escapada urbana	Productos que estimulan el interés en la Ciudad, generar una conexión, viajes cortos que ofrecen productos y experiencias particulares de la Ciudad.
Educación	Dirigido a personas que realizan estudios superiores, intercambios, cursos de idiomas
Compras	Compras en todas sus modalidades, moda, diseño y todo tipo de comercio
Lujo	Productos exclusivos para un público de alto poder adquisitivo
Bienestar/Salud	Incluye productos de bienestar (belleza y salud)
Naturaleza	Productos relacionados con aventura, ecoturismo , rural
Verde	Productos relacionados al turismo sostenible (conciencia ecológica e inclusión social)
Gay	Productos dirigidos a la diversidad sexual: hospedaje, cruceros, restaurantes, spas, etc

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

#### **4.4.4.2.A Cadena de Valor del Producto Turístico**

La Cadena de Valor del Producto Turístico incluye desde la fase de pre-compra hasta la fase post-consumo.

**Figura 238**
**CADENA DE VALOR SIMPLIFICADA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

<b>FASE</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>AGENTES IMPLICADOS</b>
<b>Pre-compra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar a conocer el destino</li> <li>- Motivar la compra del destino</li> </ul>	<b>Entes Públicos (o mixtos) de Promoción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionales, regionales y / o locales</li> </ul> <b>Operadores privados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TTOO, AAVV, Hoteles, Cias. de Transporte, otros operadores privados.</li> </ul>
<b>Compra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar y materializar la compra</li> </ul>	<b>Entes Públicos (o mixtos) de Promoción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Centrales Reservas o web's institucionales</li> </ul> <b>Operadores privados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TTOO, AAVV, Hoteles, Cias. Transporte, CRS privadas, TTOO e-commerce, etc.</li> </ul>
<b>Transporte y llegada al destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar el transporte y acceso al destino</li> </ul>	<b>Entes Públicos (o mixtos):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dep. O. Públicas y Transporte (nac., reg., local)</li> <li>- Aeropuertos, Puertos y Estaciones</li> <li>- Ministerio del Interior y Fronteras</li> </ul> <b>Operadores privados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas de transporte (aéreo, marítimo, terrestre, etc.)</li> <li>- Concesionarios privados, infraestructuras (autopistas, aeropuertos, etc.)</li> </ul>
<b>Consumo: Uso y disfrute de la experiencia en destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acogida e información en destino</li> <li>- Movilidad en destino</li> <li>- Disfrute de los recursos y atracciones turísticas (naturales, culturales, etc.)</li> <li>- Alojamiento</li> <li>- Servicios turísticos y oferta complementaria (restaurantes, comercios, espectáculos, excursiones, guías, servicios financieros, etc.)</li> <li>- Servicios generales básicos (energía, telecomunicaciones, agua y saneamiento, residuos y limpieza, seguridad personal, sanidad)</li> </ul>	<b>Entes Públicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entes promoción ( Oficinas de información)</li> <li>- Dep. O Publicas y Transp. (nac., reg., local)</li> <li>- Dep. Medio Ambiente ( nacional, reg., local)</li> <li>- Dep. Cultura( nacional, reg., local)</li> <li>- Museos, Parques, etc.</li> <li>- Servicios de seguridad ( nacional , reg., local)</li> <li>- Servicios públicos básicos.</li> </ul> <b>Operadores privados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoteles, Apartamentos turísticos, camping, etc.</li> <li>- Restaurantes, bares, cafeterías, etc.</li> <li>- Comercios</li> <li>- Empresas de servicios turísticos: Espectáculos, agencias receptoras, organizadores de congresos, guías , azafatas, traductores, etc.</li> <li>- Empresas transporte: buses, taxis, rent-a-car.</li> </ul>
<b>Post-consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidelización y recomendación</li> </ul>	<b>Entes Públicos (o mixtos) de promoción:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionales, regionales, locales</li> </ul> <b>Operadores privados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TTOO, A Viajes, Hoteles, Cias. de transporte, etc.</li> </ul>

**FUENTE: ROS Development & Planning S.L.: Modelos de Gestión Turística Local**

Con el objeto de desarrollar una estrategia de producto turístico, resulta fundamental caracterizar el ciclo de vida de los productos actuales en la zona de estudio.

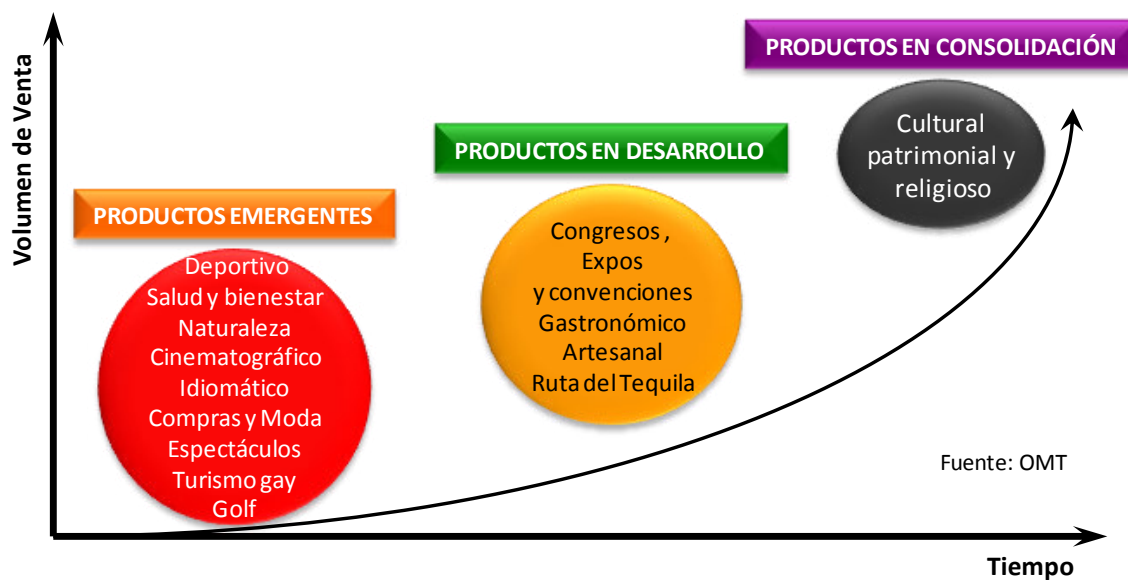
Existen tres categorías:

- Productos emergentes
- Productos en desarrollo y
- Productos en consolidación

De esta forma se pueden establecer las estrategias de mercadotecnia enfocadas.

**Figura 239**

**CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA ZMG**



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a: Organismo Mundial del Turismo (OMT)

La rentabilidad del producto turístico irá en función tanto del volumen de turistas como de los ingresos turísticos que genera.

**Figura 240**

**ESTRATEGIA DE RENTABILIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

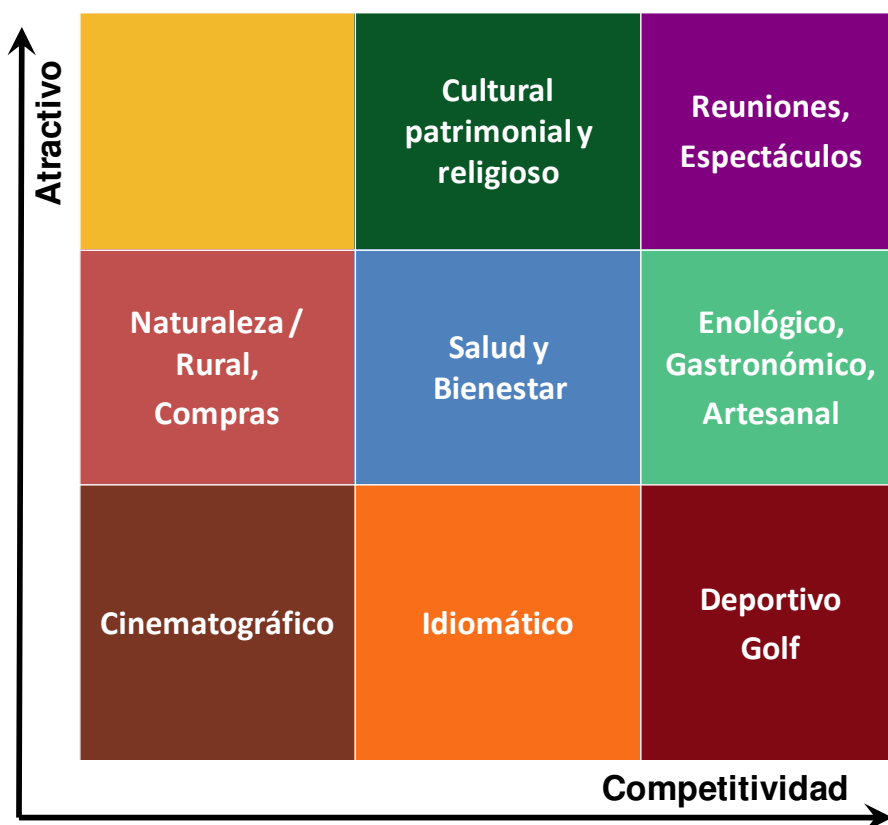


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.



La Matriz de Competitividad permite visualizar el potencial con respecto al atractivo y a su nivel de competitividad en el mercado, de esta forma se refleja hacia dónde dirigir los esfuerzos de promoción y publicidad.

**Figura 241**  
**MATRIZ DE COMPETITIVIDAD ZMG**



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



A continuación se presentan varios esquemas que representan la plataforma de comercialización del producto turístico.

**Figura 242**

**ENFOQUE DE COMERCIALIZACIÓN (1 de 2)**



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

**Figura 243**  
**ENFOQUE DE COMERCIALIZACIÓN (2 de 2)**



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

#### **4.4.4.3. Acciones de Promoción y Publicidad**

A continuación se mencionan las líneas básicas para la integración del Plan de Mercadotecnia de la Zona Metropolitana de Guadalajara, así como planes de mercadotecnia locales (nivel ZET o menor).

##### **4.4.4.3.A Plan de Mercadotecnia**

###### *a) Identidad de Marca*

- Desarrollar una estrategia de posicionamiento e imagen.

###### *b) Manual de ventas*

- Desarrollar un Manual de Ventas que incluya información clara, detallada y abundante sobre la zona (atractivos, proyectos estratégicos, comercialización, rutas y circuitos).

###### *c) Material impreso y audio-visual de difusión*

- Editar folletos, trípticos, guías, programas de actividades, posters, etiquetas así como videos que respondan a los elementos principales de posicionamiento, asimismo a la generación de imágenes acordes con el mercado a captar.
- Diversificar la imagen de oferta con actividades para diferentes sectores de edad de la población y tipos de actividad;
- Reforzar imágenes positivas y de experiencias únicas;
- Incluir imágenes como estilo de vida

###### *d) Fondos de cooperación*

- Generar fondos que permita hacer frente a las necesidades de distintos gremios (artesanos, pescadores, guías de turistas, etc.) a través de apoyos internacionales, federales, patrocinios entre otros que fomenten esta actividad, la generación de empleo, programas de capacitación y re-integración al trabajo.
- Será fundamental organizar eventos de difusión del Programa entre: empresarios, funcionarios del gobierno, inversionistas, prestadores de servicios turísticos (agencias de viajes, operadores hoteleros, líneas aéreas, restaurantes, arrendadoras de autos), medios de comunicación (prensa, radio, televisión, revistas), sector financiero (bancos, casas de bolsa), empresas desarrolladoras o constructoras.

e) *Organizar fam trips.*

- Viajes de familiarización entre el sector empresarial y gubernamental, con objeto de dar a conocer el desarrollo.
- Generar ruedas de prensa y comunicación a nivel nacional de manera constante para generar comunicados claros conteniendo información veraz y oportuna.
- Buscar patrocinio y soporte en la asistencia a ferias, y eventos de promoción a nivel nacional e internacional.
- Diseñar road-shows (recorridos y presentaciones) ante los gobiernos estatales, cámaras y oficinas de turismo en destinos nacionales e internacionales.
- Promover directamente proyectos de inversión propuestos entre empresas, asociaciones, cámaras de comercio, industria, banca, fondos de fomento y organizaciones de los distintos ramos que pudieran interesarse en participar.

f) *Centro de asesoría al inversionista Turístico*

- Sistema de Información estratégica (SIE) oportunidades de negocios, asesoría de mercado, financiera, técnica, fiscal, legal.
- Requisitos necesarios para establecer el negocio.
- Información importante en cuanto a servicios públicos, tramites con distintas entidades gubernamentales, contactos con proveedores locales necesarios para el establecimiento de su negocio.
- Mecanismos de fondeo.
- Registro de inversiones
- Coordinación de trámites

*g) Guía del Inversionista Turístico*

- Diseñar una guía que contenga elementos fundamentales económicos, sociales, ambientales y financieros para la toma de decisiones y en relación al proceso de inversión.

*h) Sistema Integrado de Trámites*

- SIT en donde el inversionista podrá contar con el beneficio de realizar todos sus trámites en un solo sitio.
- Evita desplazamientos a las distintas entidades
- Reduce el número de Trámites
- Ofrece facilidad y rapidez
- Ofrece servicios con controles que reducen la posibilidad de cometer errores que impliquen la devolución de los documentos sujetos a registro
- Brinda información detallada acerca de la manera como se debe cumplir con sus obligaciones.

*i) Call Center-01-800 Inversiones*

- Crear una línea directa sin costo para brindar información a inversionista y dar seguimiento pre y post-inversión.

**Figura 244**
**ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y COMUNICACIÓN ZM GUADALAJARA**

Estrategias y tácticas de producción	Desarrollar Catálogo de Productos turísticos	Certificación Sostenible de la ZMG (CSZMG)	Estructurar Líneas de Productos A.	Clasificar Líneas de Productos B.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Diversificación de productos-segmentos</li> <li>•Integrar "experiencias que perduran"</li> <li>•Multitodo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Certificación a empresas turísticas, alojamiento, operadoras, guías, promotores, transportistas, empresas de ecoturismo, programas comunitarios, educación turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Detectar motivaciones y necesidades del mercado frente a la diversificación de atractivos y actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Descanso, explorar: pueblos, rutas, senderos</li> <li>•Estar en forma; salud, deportivo</li> <li>•Aprender: programas de conservación, talleres de educación ambiental, talleres artesanales, gastronomía</li> <li>•Interés especial: religioso</li> <li>•Estilo de vida: golf</li> </ul>
Estrategias y tácticas de comunicación	Manual de Branding y Plan de Marketing ZMG	Programa de enlace turístico comunitario sustentable	Campaña de Relaciones públicas	Campaña de Comunicación Estratégica
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Desarrollar el Manual de Branding y el Plan de Marketing</li> <li>•Definir una marca integral que brinde identidad y posicionamiento turístico a la ZMG.</li> <li>•Difusión y aplicación</li> <li>•Crear un banco de fotos e imágenes</li> <li>•Mensajes enfocados a nichos de mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Monitoreo educativo y comunitario</li> <li>•Capacitación y participación vivencial</li> <li>•Programa de conservación de los recursos naturales y culturales</li> <li>•Gremios artesanales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Enlaces nacionales e internacionales</li> <li>•Carnavales</li> <li>•Campaña Circulo de fidelidad y lealtad</li> <li>•Festivales y ferias temáticas por segmento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Comunicación y atracción efectiva a nichos de mercado específicos</li> <li>•Coordinación con prestadores de servicios turísticos</li> </ul>

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



**Figura 245**
**INTEGRACIÓN DE PROMOCIÓN Y GESTIÓN ZM GUADALAJARA**

Estrategias de ventas y promoción	Desarrollar Manual de Ventas	Campaña de promoción y publicidad	Operadores turísticos/guías	Centro de Visitantes
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Manual de Ventas y comercialización</li> <li>•Sistema de comercialización compartida entre los tres municipios.</li> <li>•Ferias de comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sistematizar bases de datos</li> <li>• Enlace a redes sociales, facebook, twitter</li> <li>•Pagina web</li> <li>•Webseminars</li> <li>•Medios impresos: guías, folletos, posters</li> <li>•Kit de ventas, videos</li> <li>•Blogs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear una red de operadores y guías certificados</li> <li>•Programas de capacitación por segmento</li> <li>•Cursos en e-marketing, sistemas de venta y planificación de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear un Centro de Visitantes Integrado para la ZMG y municipios con información disponible y personal capacitado</li> <li>•Enlace entre prestadores de servicios turísticos y el visitante.</li> </ul>
Estrategias de gestión y monitoreo	Investigación e Inteligencia de Mercados	Consejo Turístico Intermunicipal	Sistema de Atención a Turistas	Red de Turismo Sustentable
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Investigaciones cualitativas y cuantitativas periódicas del Perfil del visitante.</li> <li>• Estudios de Penetración en el mercado y competitividad</li> <li>•Estudios de monitoreo de satisfacción del turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación intermunicipal en los esfuerzos de promoción y comercialización turística.</li> <li>•Gestión y órgano facilitador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•0-1-800 ZMG</li> <li>•Diseñar un sitio de atención e información turística 24 horas y de atención a reservaciones permanente en línea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Programa de capacitación empresarial y educación ambiental a empresas comunitarias</li> <li>•Programa de equipamiento turístico</li> <li>•Plan estratégico de promoción</li> <li>•Programa de manejo estratégico de los recursos naturales</li> </ul>

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

#### 4.4.4.4. Gestión Turística

El modelo de gestión turística debe ir de acuerdo a varios principios, como se presenta a continuación.

**Figura 246**

#### **PRINCIPIOS DE GESTIÓN TURÍSTICA (1 de 2)**

<b>Eficacia</b>	Entendiendo por tal el óptimo grado de consecución en los objetivos marcados por la política turística municipal.
<b>Eficiencia</b>	Entendida por la optimización del uso y gestión de los recursos (financieros y humanos) disponibles.
<b>Cooperación</b>	Conseguir la involucración y cooperación de los agentes implicados (públicos y privados) es condición indispensable para el éxito. Estos Entes municipales han de ser la plataforma para conseguir esta cooperación y también el máximo consenso.
<b>Corresponsabilidad/ Equidad</b>	Han de proponerse fórmulas y mecanismos que impliquen una creciente <i>corresponsabilidad</i> de los agentes privados, tanto en la toma de decisiones como en el esfuerzo financiero, siempre bajo el principio de la máxima equidad.

**FUENTE:** ROS Development & Planning S.L.: Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas  
 (Edita: Federación Española de Municipios y Provincias)

Como puede verse, se retoman varios conceptos desarrollados anteriormente como elementos de la estrategia general.



**Figura 247**

**PRINCIPIOS DE GESTIÓN TURÍSTICA (2 de 2)**

<b>Transparencia</b>	Los Entes de gestión deben ser transparentes a la sociedad local en general y ante el sector turístico en particular, tanto en sus objetivos (cuáles son y grado de “performance” en su consecución) como en sus parámetros financieros (esfuerzo financiero, aplicación de recursos, etc.). Ello además de ser un principio básico de “gobernabilidad” democrática, ha de permitir por un lado una mayor implicación del propio sector turístico, y por otro una mayor credibilidad del propio Ente ante la sociedad local.
<b>Tendencia hacia una mayor estabilidad y autosuficiencia financiera</b>	Los nuevos modelos han de llevar a una mayor estabilidad y previsibilidad en su base financiera que permita una planificación con horizonte a medio y largo plazo de sus planes de actuación y una mayor autosuficiencia financiera.
<b>Orientación al mercado</b>	Dado que la función principal de las entidades de desarrollo y promoción turística es la de “vender” el destino, han de tener en todo momento una orientación al mercado y ser competitivas y, por tanto, a nivel operativo y ejecutivo han de tener un enfoque propio de una empresa moderna, aunque teniendo siempre presente que son entidades de interés público.
<b>Transversalidad</b>	Por naturaleza, el turismo es un <i>sector transversal</i> que afecta a una gran diversidad de agentes (públicos y privados). El objetivo sería conseguir para estos Entes la máxima transversalidad en sus partícipes y órganos de decisión.

**FUENTE:** ROS Development & Planning S.L.: Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas  
(Edita: Federación Española de Municipios y Provincias)

La integración turística metropolitana conlleva una serie de acciones intermunicipales en donde deberán plantearse mecanismos claros de gestión y control, para ello la capacitación y el flujo de información resultarán fundamentales.

Una serie de hechos y factores inciden en los cambios de tendencia que se están produciendo en los entes de gestión y promoción turística como son:

**Figura 248**
**TENDENCIAS EN LOS ENTES DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA**

<b>Papel “clave” que juegan los municipios en el desarrollo turístico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es a nivel de “destino” concreto donde se produce la experiencia turística, y es donde se definen las principales variables que afectarán al éxito.</li> <li>• Los municipios deben contar con instrumentos, competencias y medios adecuados para actuar sobre estas variables.</li> </ul>
<b>La transversalidad del sector</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La diversidad y cantidad de agentes que intervienen en el producto turístico, hacen necesaria la coordinación de todos los eslabones de la cadena del producto, de su promoción y comercialización.</li> <li>• Los destinos turísticos deben organizarse para desarrollar las actividades de planificación y desarrollo por un lado, y promoción y apoyo a la comercialización por otro.</li> </ul>
<b>“Crisis” de los modelos tradicionales de organizaciones turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente se está generalizando un debate en torno a los órganos tradicionales de promoción turística a todos los niveles. Las críticas más habituales son:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos poco explícitos o inexistentes</li> <li>• Presupuestos insuficientes</li> <li>• Insuficiente profesionalización</li> <li>• Escasa cooperación con el sector privado</li> </ul> </li> </ul>
<b>Necesidad de un modelo más equitativo y corresponsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es otra de las críticas a los modelos de promoción tradicionales: se financian exclusivamente con fondos públicos.</li> <li>• Se impone cada vez más una corresponsabilidad en el esfuerzo financiero y en la toma de decisiones por parte del sector privado.</li> </ul>
<b>Necesidad de un nuevo modelo organizativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se están gestando nuevos enfoques de los Entes municipales de turismo, respecto a su organización, filosofía, actitud y funcionamiento.</li> <li>• Estos Entes tienden a un carácter mixto, aunque aún existe una fuerte presencia pública.</li> <li>• Comparten responsabilidad en la financiación, en sus órganos superiores y poseen una organización de tipo empresarial, con alto nivel de eficiencia y orientación al mercado.</li> </ul>
<b>Cambios en el entorno que afectan al sector</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La prioridad dada al turismo por parte de muchos territorios que lo ven como elemento de dinamización económica y social.</li> <li>• La necesidad de adaptarse a las nuevas condiciones de competencia entre los destinos.</li> <li>• Los rápidos y profundos cambios de las motivaciones, preferencias y hábitos de los consumidores así como del marco institucional y tecnológico.</li> <li>• La necesidad creciente de justificar la aplicación de los recursos públicos y el uso eficiente de los mismos.</li> </ul>

**FUENTE:** ROS Development & Planning S.L.: Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas  
(Edita: Federación Española de Municipios y Provincias)

#### **4.4.4.5. Soporte Postventa**

El servicio post-venta consiste en todos aquellos esfuerzos que se realizan después del consumo de cualquier servicio turístico para satisfacer al cliente y, si es posible, aseguran una compra regular o repetida. Una venta no concluye nunca porque la meta es tener siempre al cliente completamente satisfecho.

Este es uno de los puntos diferenciales respecto a la competencia. Un servicio postventa es el último proceso de la espiral de la calidad y garantiza el paso a un nivel superior en cuanto a la calidad al permitir:

- Conocer la opinión de los clientes
- Identificar oportunidades de mejora
- Evaluar los productos, servicios y procesos, garantizando la retroalimentación necesaria.

Los objetivos del soporte postventa son:

- Satisfacer
- Prevenir errores
- Ser competitivo
- Mejorar continuamente

Gracias a las nuevas tecnologías de comunicación digital, el soporte postventa continuo por primera vez en la historia puede convertirse en una realidad. Debido a ello, la creación de una plataforma digital que capture la atención del cliente y lo vincule a la empresa (o en este caso el destino Guadalajara)

La percepción de calidad es la diferencia que existe entre las expectativas del cliente, que es lo que éste espera obtener como consecuencia de la prestación del servicio, y lo que en realidad obtiene:

$$\text{Calidad} = \text{Expectativa} - \text{Realidad}$$

La calidad tiene que ser un compromiso desde el primer contacto con el cliente, siguiendo con la venta y manteniéndolo en cualquier relación que se establezca después de la misma, es decir, en los servicios relacionados con la post-venta.

Algunas actividades de post-venta sugeridas dentro del sector turismo, para documentar actividades de servicio posventa y evaluación de la calidad del servicio, son:

- Realizar encuestas de satisfacción a los clientes.
- Entrevisten a clientes o clientes potenciales.
- Se puedan hacer auditorías sobre los servicios prestados por los prestadores de servicios turísticos y proveedores.
- Otros sistemas (cliente misterioso).
- Se realicen chequeos periódicos sobre el nivel de calidad prestado
- Se disponga de un sistema para el seguimiento y resolución de quejas y reclamaciones.

#### **4.4.4.6. Educación y Capacitación**

##### **4.4.4.6.A Educación y sensibilización general**

Con la finalidad de generar un desarrollo sustentable que sea equitativo y digno para la mayoría de la población, es indispensable elevar el nivel general de la educación de los tapatíos. En un contexto global de transformación de los países hacia sociedades de conocimiento, urge abatir el rezago educativo para que los habitantes de la Zona Metropolitana puedan competir económica y tecnológicamente, y participar activamente en el desarrollo de la zona.

El conocimiento de por lo menos algo de la lengua extranjera franca en el mundo – el inglés – así como conocimientos mínimos sobre el trato de turistas y atractivos regionales puede ser una importante labor de base. Esta sensibilización general de la población es una tarea transversal entre todas las instituciones educativas de todos los niveles, en colaboración también con la sociedad civil y los medios masivos, para nombrar algunos.

Se recomienda realizar campañas de sensibilización en los medios masivos, las escuelas, las calles o eventos específicos a fin de transmitir la importancia del turismo para la Zona Metropolitana.

#### **4.4.4.6.B Capacitación Turística**

La competitividad del sector turístico no se puede lograr de forma sustentable sin plantear de forma prioritaria a un proceso de mejora de calidad por medio de inversiones continuas en la formación del recurso humano.

En el turismo se dificulta una atención prioritaria a la formación y la capacitación, tal vez porque el turismo suele tener un crecimiento espontáneo (ciclos económicos reforzados por eventos excepcionales, como por ejemplo los Juegos Panamericanos), o tal vez porque la mayoría de empresas, sobre todo las medianas y pequeñas, se basan en una estructura familiar y no tanto esquemas bajo conceptos estrictos de rentabilidad, o tal vez porque la atención de los gobiernos a la actividad turística no ha sido suficiente.

Como lo indica Carlos Elizondo del Grupo E-Consulting, la formación profesional en turismo ha mejorado durante los últimos años, a pesar de que México recientemente salió del Top Ten en captación de Turismo a Nivel Mundial, ubicándose ahora a la posición # 13, de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Aun así, hay indicios que los centros académicos tienen cada vez mayor conciencia de la necesidad de formar cuadros técnicos y gerenciales en materia de turismo. Una queja común de los institutos y universidades es que no se les considera como parte integrante del sector, ni se les pide ayuda en áreas como investigación, análisis estadístico, proveeduría de calidad, etc. (sobre el tema, véase también Cap. 4.4.3.2, pág. 653). Además se ha detectado que uno de los principales problemas en la formación turística es la falta de prácticas que tienen los estudiantes.

Estas deficiencias son indicadores muy claros que el clásico sistema de enseñanza por un lado y la práctica por el otro, no resulta ser eficiente en la formación de personal capacitado. En el siguiente subcapítulo (véase Cap. 4.4.4.6.C, pág. 685) se plantea una propuesta novedosa (“Sistema Dual”) que puede mejorar esta situación.



De todos modos resulta fundamental que se fomente la colaboración estrecha entre los institutos de educación y capacitación y las empresas del sector turismo, especialmente en los siguientes aspectos:

- Cooperación interinstitucional en investigación y estudios turísticos:  
Vincular las entidades académicas en la formación acelerada e intensiva de las personas, que se unan a la organización y promoción de clusters para el manejo de fondos mixtos, gerencias regionales, centros de excelencia, etc.
- Mejora de los programas de estudio en colaboración con empresas del sector:  
Propiciar el intercambio de información para establecer las necesidades profesionales de la empresa.
- Búsqueda de una mayor experiencia pre-profesional del estudiante:  
Fomentar prácticas y contenidos relevantes de aprendizaje.
- Compromiso de contratación de personal con mayor cualificación:  
Búsqueda de vinculación profesional duradera entre empleador y empleado.

Líneas de acción propuestas<sup>1</sup>:

- a) *Crear una nueva concepción de desarrollo de recursos humanos, y fomentar su mercadeo interno*

Los empresarios y trabajadores del sector turismo, los directivos y docentes de los centros de formación así como los representantes de los organismos públicos turísticos, deben involucrarse en la ejecución de un Plan de Competitividad Turística y en las acciones de formación y capacitación correspondientes.

- b) *Generar mayor flexibilidad y diversificación de la oferta educativa: El curriculum basado en las competencias.*

La elaboración de perfiles por competencias es una alternativa exitosa en varios países. Se desarrolla con participación del sector productivo y se plantea como norma funcional para el diseño de los programas de formación y certificación oficial. Partiendo de perfiles personalizados, estos facilitan su actualización periódica así como la evaluación de desempeño y la certificación de competencias del participante, habilitándolo laboralmente sin tener que este forzosamente tenga que concluir una carrera, y flexibilizando así los ingresos y salidas temporales del sistema.

---

<sup>1</sup> Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador: “Capacitación del sector Turismo en el Programa de Competitividad Turística del Ecuador” (2007)

*c) Desarrollo de la educación técnica en el nivel operativo*

El déficit de formación dirigida al nivel operativo y de la valoración de ésta por los empresarios hace necesario intervenir en ambos niveles. El mercadeo interno debe incluir la expansión de la oferta de calidad en el nivel operativo y de programas de capacitación en servicio como un nicho de mercado por explotar con relación a las necesidades del sector turismo. Con relación a la oferta educativa, es necesario asistir a las instituciones en el diseño e implementación de carreras cortas de habilitación laboral, articuladas a las empresas del sector y a programas de empleo.

*d) La capacitación y la certificación de competencias laborales*

Esta formación debe orientarse a la adquisición de competencias laborales, es decir, a habilidades en el desempeño en el ambiente real del trabajo. Por ello la capacitación puede asumir la organización modular del currículo por competencias para estimular el ingreso de trabajadores en el sistema educativo con miras a una titulación. El reconocimiento de las competencias laborales adquiridas en la experiencia laboral es una alternativa eficaz para captar usuarios de la formación a través de la convalidación.

Un tratamiento similar aunque específico es el de los empresarios turísticos de medianas y pequeñas empresas. La formación de este segmento podrá orientarse a través del reconocimiento y convalidación de la experiencia de gestión turística, producto de años de trabajo en el sector con miras a la profesionalización y titulación luego de un programa de complementación.

Otros aspectos relevantes son:

- Capacitación de niveles operativos y microempresarios del sector turístico.
- Coparticipación público privada en los programas de capacitación, a implementarse en conjunto con las Universidades e Institutos Técnicos de Turismo y con la Representación Gremial del sector.
- Implementación del proyecto Normalización y certificación de competencias laborales en turismo y hotelería.

#### **4.4.4.6.C El Sistema Dual: Capacitación turística eficaz y eficiente**

Como una alternativa novedosa al sistema educativo actual, para el sector turístico podría resultar prometedora la implementación de un “Sistema de Capacitación Dual” como herramienta para la creación de conocimientos específicos y útiles.

En el Sistema Dual se combinan clases teóricas a nivel técnico con estancias prácticas en empresas del sector, realizadas de forma paralela y permanente durante los estudios, integrando de esta manera el aprendizaje en una compañía con la formación académica. En concreto y dependiendo del nivel de los estudios, esto puede implicar por ejemplo que el estudiante trabaje 4 días en una empresa y estudie los restantes 2 días o 2 ½ días.

De esta manera se pretende dar respuesta a las siguientes demandas concretas:

- Mayor integración entre la teoría y la práctica.
- Participación de las empresas en los currículos.
- Menor tiempo de estudio.
- Formación profesional para la demanda real.

Este sistema es practicado en muchos países, especialmente en Europa Central, y se ha demostrado empíricamente que el nivel de desempleo juvenil entre personas menores de 25 años que no estudian es mucho menor en aquellos países europeos que cuentan con el Sistema Dual en comparación con aquellos que no lo tienen: El desempleo juvenil en países con el Sistema Dual va del 3% al 25% actualmente, mientras que sin el Sistema Dual del 30% al 55%. Debido a las ventajas evidentes, por ejemplo España acaba de tomar los primeros pasos por adoptar el Sistema Dual.

Este tipo de sistema educativo puede aportar múltiples beneficios tanto para los alumnos como para la industria turística. Los alumnos por un lado aprenden realmente lo que se necesita saber en la práctica y mejoran de esta manera sus posibilidades de empleo futuro en la misma región. Por el otro lado, las empresas participan activamente en la formación de su mano de obra, capacitada según sus propias necesidades reales.

Muchas veces las empresas involucradas generan una mayor fidelidad entre los empleados que aprendieron en su compañía que aquellos empleados capacitados en otros lugares. La identificación con la empresa aumenta y con ello también la motivación de los empleados, aparte de que cuentan con conocimientos muy concretos y útiles dentro de las empresas en cuestión.



Naturalmente sería imprescindible, entre muchos prerequisites, realizar una previa estandarización de las actividades educativas en las empresas para garantizar un nivel uniforme de capacitación entre los alumnos. Sobre todo se necesitaría el compromiso de los empresarios turísticos de la Zona Metropolitana, que el mayor número posible de alumnos pueda participar en este sistema, para lo que cada uno de ellos tendrá que ofrecer lugares de prácticas.

El esfuerzo de implementar un Sistema Dual requerirá la colaboración de todos los sectores involucrados: Universidades, Secretaría de Educación del Estado, Asociación de Hoteles, CANACINTRA, Secretarías de Turismo del Estado y municipales, etc. También puede pensarse en la colaboración y el apoyo directo por medio de instituciones de países que cuentan con experiencia en el Sistema Dual como Alemania, Francia, Austria, Suiza, Dinamarca o Países Bajos.

Estos esfuerzos pueden ser redituables para las empresas e interesantes no solamente por sus beneficios evidentes, sino también como un elemento ancla dentro de una visión de la Zona Metropolitana de Guadalajara como destino sustentable también en el ámbito social.

#### **4.4.5. Modelo de Desarrollo Turístico**

En términos territoriales, se plantea una estrategia en 3 niveles:

- Nivel macroregional: Región Centro-Occidente de México
- Nivel regional: Zona Metropolitana de Guadalajara y sus cercanías en Jalisco
- Nivel metropolitano: Zonas de Especialización Turística

##### **4.4.5.1. Nivel macroregional**

Guadalajara es el centro de la Región Centro-Occidente de México. Se plantea que el aeropuerto internacional de Guadalajara sea el hub de entrada a la región para el turismo aéreo, desde donde se pueden realizar visitas a los otros atractivos contenidos dentro de la Región Centro-Occidente, específicamente sus ciudades coloniales. La Región Centro-Occidente puede considerarse el Corazón de la Mexicanidad al contar con atractivos “muy mexicanos” como ciudades coloniales, folklore, gastronomía, etc.

También para el turismo terrestre, Guadalajara debe ser un punto integral de los circuitos regionales. Guadalajara funcionará también como bisagra entre los atractivos del interior y los atractivos en la costa, pensando en productos integrados que combinan los atractivos culturales y naturales del interior con los de las playas del Pacífico.

Los estados que conforman la Región Centro-Occidente junto con Jalisco, y sus respectivos atractivos estrella son:

- Zacatecas: Capital, Jerez, Sombrerete, Teúl, Pino, Nochistlán
- Aguascalientes: Capital, Real de Asientos, Calvillo
- San Luís Potosí: Capital, Real de Catorce, Xilitla
- Querétaro: Capital, Tequisquiapan, Bernal, Cadereyta, Jalpan
- Guanajuato: Capital, San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo, Pozos, Yuriria, Jalpa, Salvatierra
- Michoacán: Morelia, Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Santa Clara, Cuitzeo, Tacámbaro, Tlalpujahua, Angangueo
- Colima: Capital, Manzanillo, Comala
- Nayarit: Tepic, Vallarta, Jala

Figura 249

**MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO: NIVEL MACROREGIONAL**



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

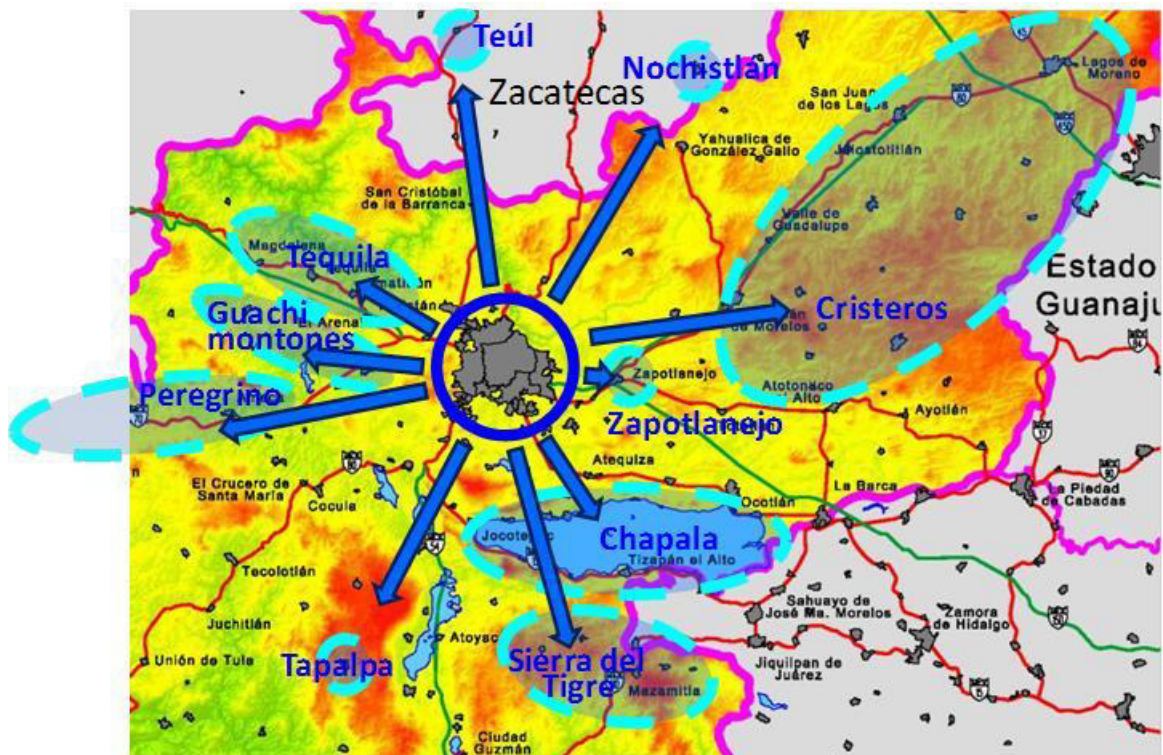
#### 4.4.5.2. Nivel Regional

Reduciendo el horizonte al nivel regional, se plantea fortalecer Guadalajara como punto de partida para realizar recorridos a los atractivos en las cercanías, generalmente de un día hasta dos días o más, según el interés específico. Este enfoque implica tanto visitantes foráneos como turísticos internos de la Zona Metropolitana como importante mercado emisor a nivel regional.

Este esquema de aprovechamiento implica la creación de oferta de alojamiento de calidad en los atractivos regionales, a fin de fomentar la permanencia en el destino y mejorar la derrama local. Al crear vínculos estrechos en la comercialización de las rutas regionales y el destino central, pueden generarse sinergias sustanciales.

**Figura 250**

#### **MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO: NIVEL REGIONAL (CERCANÍAS)**



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

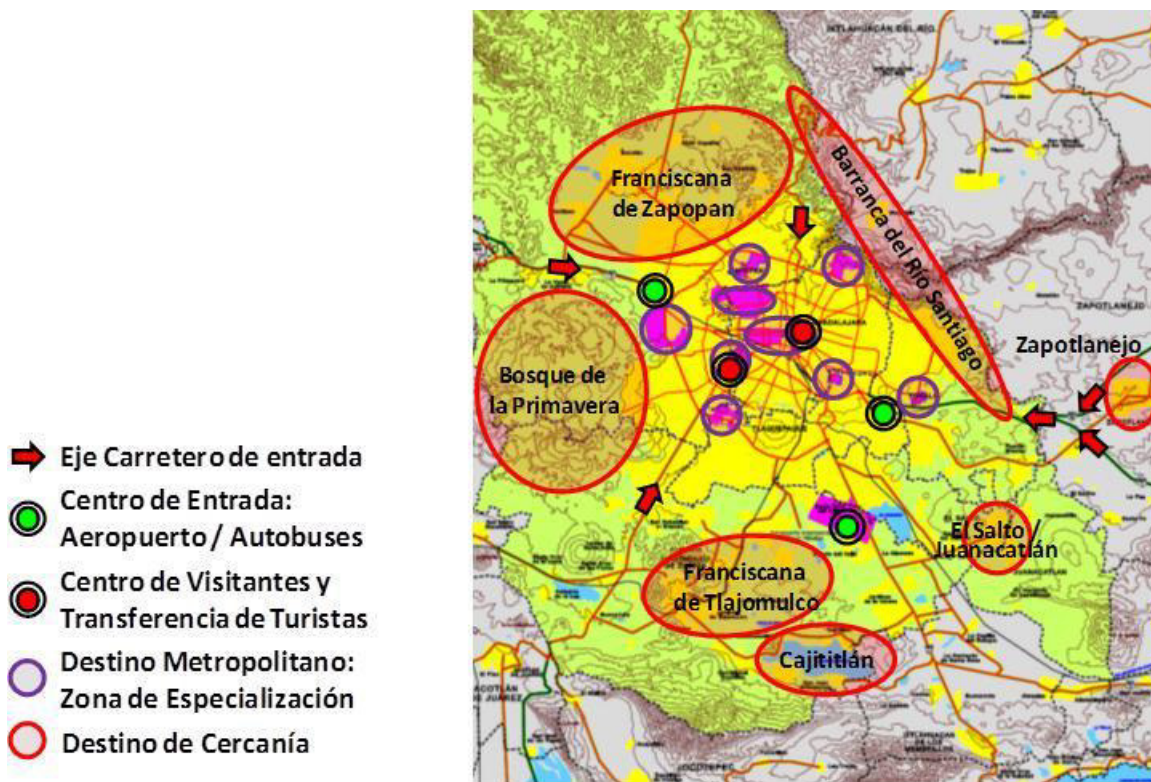


#### 4.4.5.3. Nivel Metropolitano

A nivel de la Zona Metropolitana de Guadalajara se plantea la focalización de los aprovechamientos turísticos en 15 Zonas de Especialización Turística (ZET), así como su vinculación estrecha con los destinos de cercanía.

**Figura 251**

#### **MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO: NIVEL METROPOLITANO**



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

#### **4.4.6. Mercado Objetivo**

Al 2030 se prevén las siguientes características del mercado potencial.

##### **4.4.6.1. Mercado nacional**

Ocupando un estimado 82% del mercado total, el mercado objetivo nacional tiene las siguientes características.

**Cuadro 198**

#### **MERCADO OBJETIVO NACIONAL**

<b>NIVEL SOCIOECONÓMICO</b>	<b>POBLACIÓN 2030</b>
<b>A / B</b>	12.6 millones
<b>C</b>	27.9 millones
<b>TOTAL</b>	<b>40.5 millones</b>

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

*a) Centro-Occidente:*

- Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, SLP y Zacatecas

*b) Noroeste:*

- Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora

*c) Zonas Metropolitanas:*

- Monterrey, Valle de México

*d) Otros Estados:*

- Durango, Chihuahua, Coahuila, Puebla, y Tamaulipas

**Figura 252**

**MERCADO OBJETIVO NACIONAL: DESTINOS AÉREOS ADICIONALES**



**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V., con base a: ICF SH&E 2012: Evaluación de Conectividad Aérea de 42 Destinos Seleccionados: Guadalajara y Puerto Vallarta (SECTUR)



#### 4.4.6.2. Mercado internacional

Ocupando un estimado 18% del mercado total, el mercado objetivo internacional tiene las siguientes características.

**Figura 253**

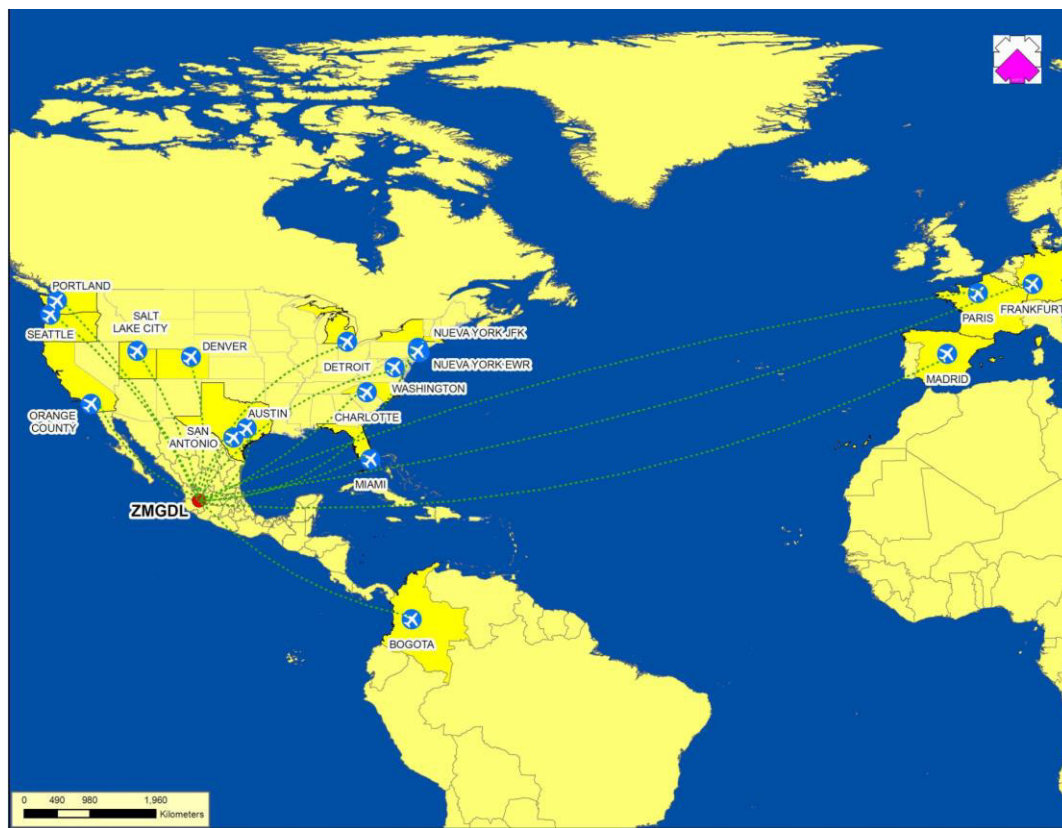
#### **MERCADO OBJETIVO INTERNACIONAL**

REGIÓN / PAÍS	PARTICIPACIÓN 2030	
	VISITANTES	PORCENTAJE
EEUU	672,000	70%
Canadá	28,000	3%
<b>Subtotal Norteamérica</b>	<b>700,000</b>	<b>73%</b>
Europa	115,000	12%
Sudamérica	96,000	10%
Asia, África y Oceanía	48,000	5%
<b>TOTAL</b>	<b>960,000</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 254**

**MERCADO OBJETIVO NACIONAL: DESTINOS AÉREOS ADICIONALES**



--- Rutas Viables

**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V., con base a: ICF SH&E 2012: Evaluación de Conectividad Aérea de 42 Destinos Seleccionados: Guadalajara y Puerto Vallarta (SECTUR)

**Cuadro 199**  
**MERCADOS OBJETIVO**

<b>MERCADO</b>	<b>CORTO Y MEDIANO PLAZOS</b>	<b>LARGO PLAZO</b>
<b>Nacional</b>	Región Centro Occidente (Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luís Potosí, Zacatecas), Sonora, Nuevo León, Distrito Federal, EdoMex	Baja California, Baja California Sur, Chihuahua Coahuila, Durango, Puebla, Tamaulipas
<b>Canadá</b>	Ontario, Columbia Británica	Alberta, Quebec y Manitoba
<b>EEUU</b>	California, Florida, Illinois, Nueva York, Texas, Washington	Oregón, Kansas, Utah, Michigan, Carolina del Norte
<b>Centro- y Sudamérica</b>	Colombia	Costa Rica, Panamá, Brasil, Argentina
<b>Europa</b>	Alemania, España, Francia	Reino Unido, Suiza, Rusia, Italia
<b>Asia y África</b>		India, Japón, China, Corea del Sur, Sudáfrica

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

#### **4.4.7. Segmentos prioritarios para la ZMG**

Para mayor información sobre los segmentos prioritarios de cada Zona de Especialización Turística ZET, véase Cap. 4.4.9.2, pág. 700.

De acuerdo a las tendencias actuales, los siguientes segmentos continuarán siendo prioritarios:

- Reunión de Negocios
- Placer

De acuerdo con los mercados emergentes crecerán los siguientes segmentos:

- Deporte
- Educación
- Salud
- Premium

De ello se derivan los siguientes sectores estratégicos:

- **Negocios:**  
La Zona Metropolitana de Guadalajara dispone de un singular posicionamiento en relación con otros destinos competidores gracias a su fuerte base económica y algunos sectores con una dinámica prometedora (“Valle del Silicio”), apoyados por otros elementos como la Expo o el proyecto de la Ciudad Creativa Digital.
- **Cultural:**  
Patrimonio artístico y cultural (centros históricos de Guadalajara, Tlaquepaque, Zapopan), atractivos cercanos (Talpa, Ruta del Peregrino, Sierra del Tigre, Rutas Franciscanas), museos, gastronomía, artesanías, folklore, Av. Chapultepec y el tequila.
- **Entretenimiento, Ocio Nocturno y Eventos Masivos:**  
Centros de espectáculos y eventos masivos, tanto culturales como deportivos: CCU, VFG, Autódromo, complejo JVC, Estadios deportivos.

Estos sectores estratégicos se complementarán con los siguientes sectores especializados y complementarios:

- **Compras:**  
Grandes centros comerciales emblemáticos, Centro joyero, Mercado de San Juan de Dios, Tlaquepaque y Tonalá (arte y artesanías), Zapotlanejo (textiles)
- **Salud:**  
Cluster Medical Tourism Jalisco (13 privados) y Hospitales públicos importantes (5)
- **Educación:**  
Sistema universitario público-privado
- **Deportivo:**  
Copa Chivas, Complejos Panamericanos
- **Familiar:**  
Zoológico, Parque Agua Azul, ANP Bosque de la Primavera y Barranca del Río Santiago, Balnearios
- **Retirados:**  
Chapala-Ajijic, Tlajomulco, Guadalajara (centro histórico, Lafayette)

#### **4.4.8. Política de Estadía**

En los pronósticos se partió de una estadía constante a lo largo del lapso evaluado. Lo anterior se justifica con dos tendencias previsibles para la Zona Metropolitana que se equilibrarán mutuamente:

##### **4.4.8.1. Tendencia 1: Prolongación de la estadía**

Puede preverse un aumento en la estadía de los visitantes gracias a la diversificación de atractivos dentro de la Zona Metropolitana, su vinculación más eficiente con los atractivos en las cercanías y su mejor promoción entre los visitantes. Muchas de las estrategias y acciones propuestas en este Programa se centran en lograr una prolongación de la estadía.

##### **4.4.8.2. Tendencia 2: Abreviación de la estadía**

En todo el mundo puede observarse una clara tendencia hacia viajes más frecuentes pero más breves, de menor estadía.

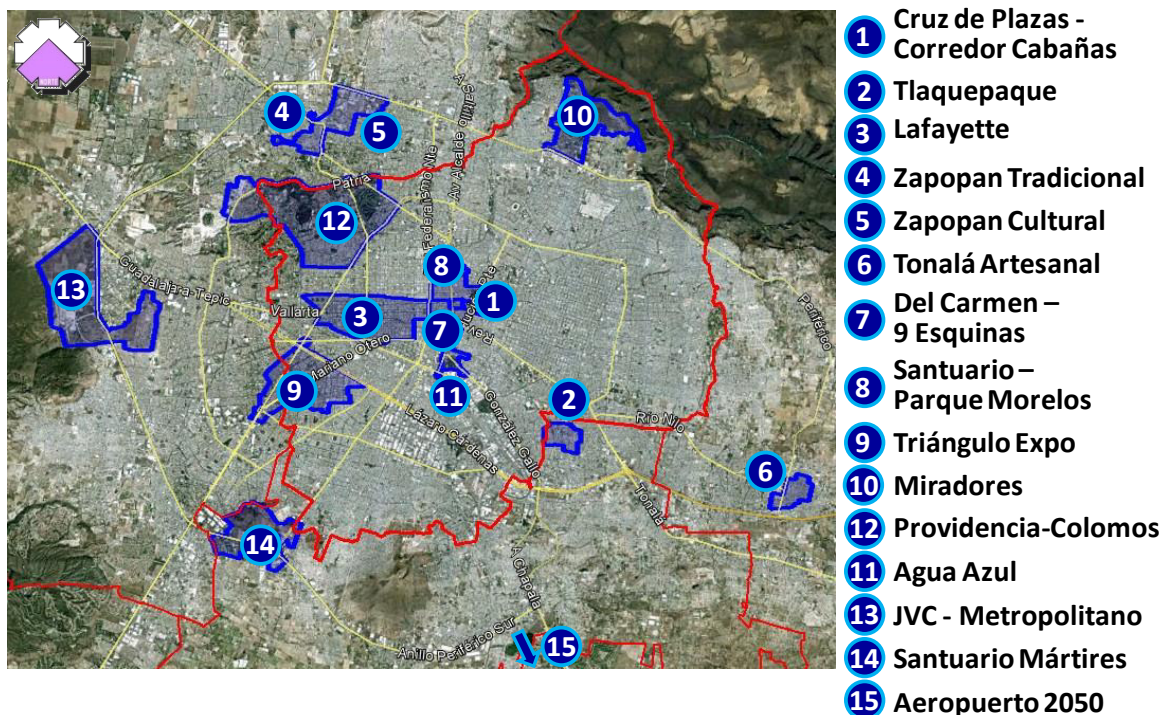
#### 4.4.9. Zonas de mayor potencial

##### 4.4.9.1. Zonas de Especialización Turística ZET

En el Cap. 2.5, pág. 477 se presentó la metodología para identificar aquellas zonas dentro de la Zona Metropolitana que presentan el mayor potencial para el desarrollo de la actividad turística. Con base a ella se determinaron las 15 Zonas de Especialización Turística (ZET) que engloban la gran mayoría de la oferta de atractivos y productos turísticos (para información detallada, véase Cap. 2.3.5, pág. 328). Los corredores prioritarios así como los Proyectos Detonadores se localizan dentro de las ZETs, permitiendo de esta manera el aprovechamiento productivo de sus ventajas comparativas.

**Figura 255**

#### **15 ZONAS DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA ZET**



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



#### 4.4.9.2. Vocación de las ZET: Segmentos de mercado

Cuadro 200

### RESUMEN: VOCACIÓN DE CADA ZONA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

SEGMENTO	ZONA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA														
	1 CRUZ DE PLAZAS	2 TLAQUE PAQUE	3 LAFAY ETTE	4 & 5 ZAPOCAN TRADICIO. & CULT.	6 TONALÁ ARTESAN.	7 DEL CARMEN	8 SANTU ARIO	9 TRI ÁNGULO EXPO	10 MIRA DORES	11 AGUA AZUL	12 PROVI DENCIA	13 JVC	14 MÁRTIRE S	15 AERO PUERTO	
Turismo Cultural (patrimonio, gastronomía, arte, folclor)	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo de Reuniones de Negocios (individual y grupal)	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Eventos, entretenimiento y ocio (diurno y nocturno)	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo de Compras / Shopping	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo de Salud y Medicinal	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Idioma y de Educación	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Espiritual (religioso, de reflexión)	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Deportivo	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Familiar	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo de Naturaleza y de Aventura	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Premium y Golf	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Social / para Todos	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo Científico	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	
Turismo de Retirados	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	

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

MUY ALTA VOCACIÓN

ALTA VOCACIÓN

MEDIA VOCACIÓN

BAJA VOCACIÓN

#### **4.4.9.3. Políticas de aprovechamiento recomendadas para las ZET**

A continuación se expone de manera esquemática las políticas de aprovechamiento que se recomiendan para cada ZET.

Se proponen las siguientes políticas:

- **Impulso** (crecimiento):  
Aplica en aquellas ZET que presentan condiciones favorables para incidir o reforzar procesos de desarrollo turístico, así como de rápido crecimiento y que presuponen una importante concentración de recursos.
- **Consolidación** (mejoramiento):  
Aplica en aquellas ZET que sólo requieren de un ordenamiento de su estructura básica y que, sin afectar su dinámica actual, procuran evitar los efectos negativos del aprovechamiento urbano-turístico desordenado.
- **Control** (conservación):  
Aplica en aquellas ZET que requieren mantener en buen estado las obras materiales de la ZET, sus espacios públicos y sus elementos de valor cultural, controlando problemas de congestión, ineficiencia, saturación u otras limitaciones en infraestructura básica o vial.

Estas políticas están desglosadas por plazo de aplicación:

- Mediano plazo para el lapso de 2013 hasta 2018
- Largo plazo para el lapso de 2019 hasta 2030

**Cuadro 201**

**POLÍTICAS DE APROVECHAMIENTO RECOMENDADAS  
PARA CADA ZONA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA ZET**

ZET	ATRACTIVO		POLÍTICA		
	ACTUAL	POTENCIAL	IMPULSO	CONSOLIDACIÓN	CONTROL
1 Cruz de Plazas - Corredor Cabañas	4	4			MP LP
2 Tlaquepaque	3	3			MP LP
3 Lafayette	2	2		MP	LP
4 Zapopan Tradicional	3	3			MP LP
5 Zapopan Cultural	3	3	MP	LP	
6 Tonalá Artesanal	2	2		MP	LP
7 Del Carmen – 9 Esquinas	2	2		MP	LP
8 Santuario – Parque Morelos	2	2		MP	LP
9 Triángulo Expo	3	3	MP	LP	
10 Miradores	2	3	MP	LP	
11 Agua Azul	2	2		MP	LP
12 Providencia - Colomos	2	2		MP	LP
13 JVC - Metropolitano	2	3	MP LP		
14 Santuario de los Mártires	0	2	MP	LP	
15 Aeropuerto 2050	0	3	MP LP		

 Atractivo Potencial destacado

 Mediano Plazo 2018

 Largo Plazo 2030

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

#### **4.4.10. Productos turísticos recomendados**

Es importante subrayar la importancia que tiene la promoción coordinada y continua de los productos mencionados a continuación entre el personal de todas las entidades involucradas en el desarrollo turístico de la ZMG (nivel estatal, metropolitano y municipal), para que inversionistas potenciales sean convencidos de la pertinencia de ellos, integrados en productos comerciables en conjunto, formando “clusters” de colaboración entre la iniciativa privada y el gobierno.

Partiendo de las 15 Zonas de Especialización Turística (ZET), se identificaron la vocación y los recursos turísticos recomendados para cada ZET, expuestos en la tabla siguiente.

**Cuadro 202**

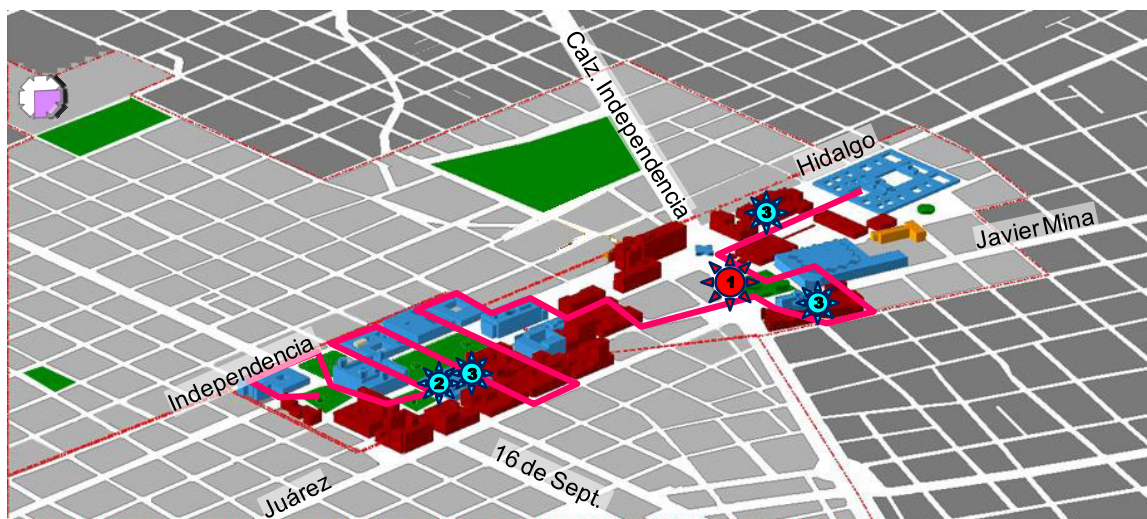
**RESUMEN: RECURSOS RECOMENDADOS DE CADA ZONA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA**

PRODUCTO	ZONA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA													
	1 CRUZ DE PLAZAS	2 TLAQUE PAQUE	3 LAFAY ETTE	4 & 5 ZAPOPAN TRADICIO. & CULT.	6 TONALÁ ARTESAN.	7 DEL CARMEN	8 SANTU ARIO	9 TRI ÁNGULO EXPO	10 MIRA DORES	11 AGUA AZUL	12 PROVI DENCIA	13 JVC	14 MÁRTIRE S	15 AERO PUERTO
Hoteles boutique	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Hoteles de gran turismo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Hoteles de negocios	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Restaurantes de especialidades	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Gastronomía popular	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Talleres artesanales	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Galerías de arte o paseos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Comercio especializado (boutiques, etc.)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Museos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Rutas temáticas diurnas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Rutas temáticas nocturnas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Diversión nocturna (cafés, bares, discos, etc.)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Eventos programados	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Parques Temáticos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Actividades al aire libre	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Turismo Religioso	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.	● MUY ALTA VOCACIÓN			● ALTA VOCACIÓN			● MEDIA VOCACIÓN			● BAJA VOCACIÓN				

#### 4.4.10.1. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara)

Figura 256

#### **ZET 1: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

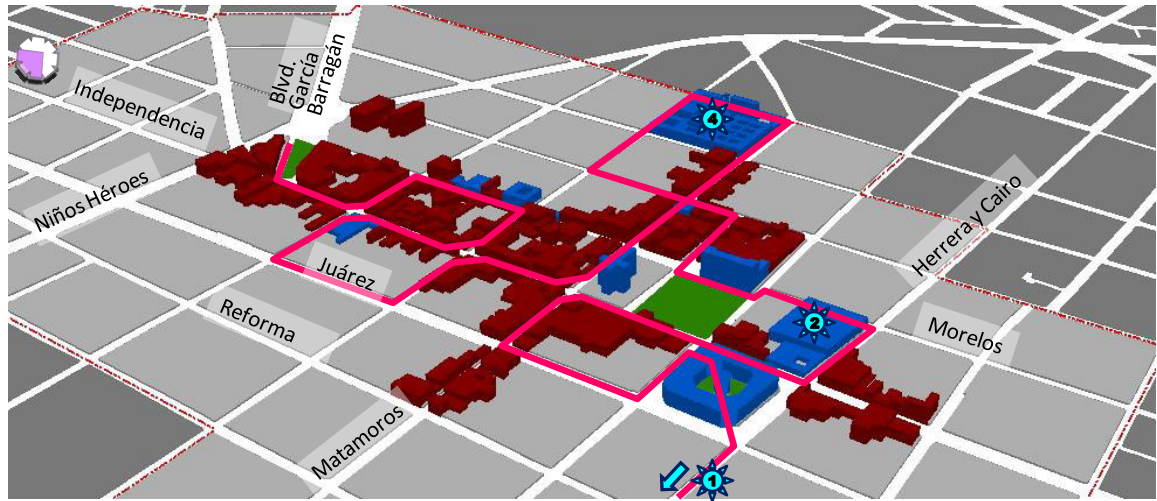
Ruta 1: Cruz de Plazas - Hospicio Cabañas (a pie 3.6 km)

1. Proyecto Detonador 1: Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería
2. Palacio del Gobierno: Centro de Visitantes (información y guías) y adecuación para eventos especiales (sede alterna para congresos).
3. Museos nuevos: De la Dulzura (Postres y Dulces, cerca Mercado San Juan); De la Joyería & Relojes (Zona Joyera); Del Migrante (Palacio del Gobierno).

#### 4.4.10.2. ZET 2: Tlaquepaque

Figura 257

#### **ZET 2: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: PDU VIGENTE

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

Ruta 2: Tlaquepaque (a pie 3.3 km)

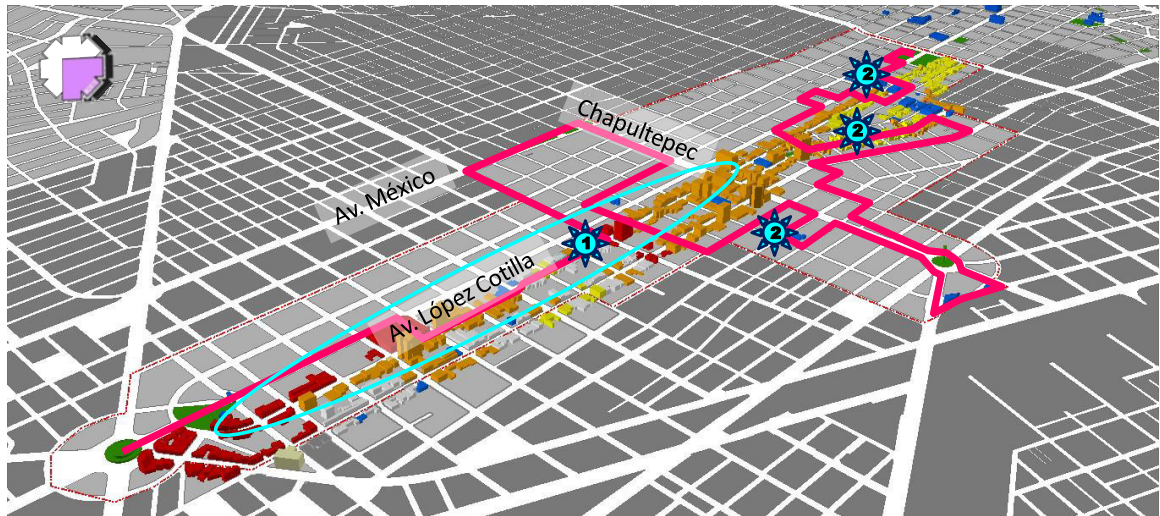
1. El Centenario – Hotel Temático y Plaza de Toros Folklorica
2. Mercado Municipal: Mejoramiento integral
3. Visitas guiadas, con actividades artísticas interactivas (talleres, galerías)
4. Espacio para intercambio artístico (“Artist-in-Residence”)



#### 4.4.10.3. ZET 3: Lafayette (Guadalajara)

Figura 258

#### **ZET 3: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

Ruta 3: Minerva - Americana (en bici 10.3 km)

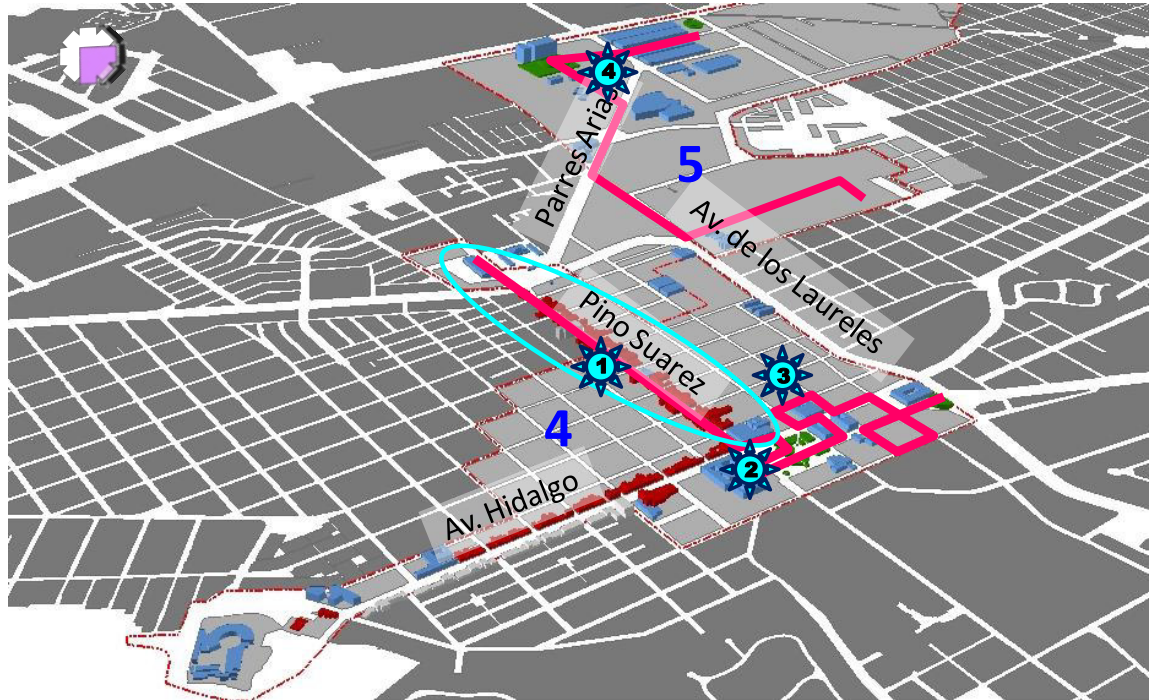
1. Corredor Gastronómico López Cotilla
2. Nuevos Museos:
  - De la Arquitectura (con visitas guiadas a edificios emblemáticos)
  - Del Cine y nuevo Foro del Cine de Arte
  - Del Diseño y Artes Decorativas
3. Hoteles de lifestyle urbano



#### 4.4.10.4. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural

Figura 259

#### ZET 4 & 5: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS



FUENTE: PDU VIGENTE

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

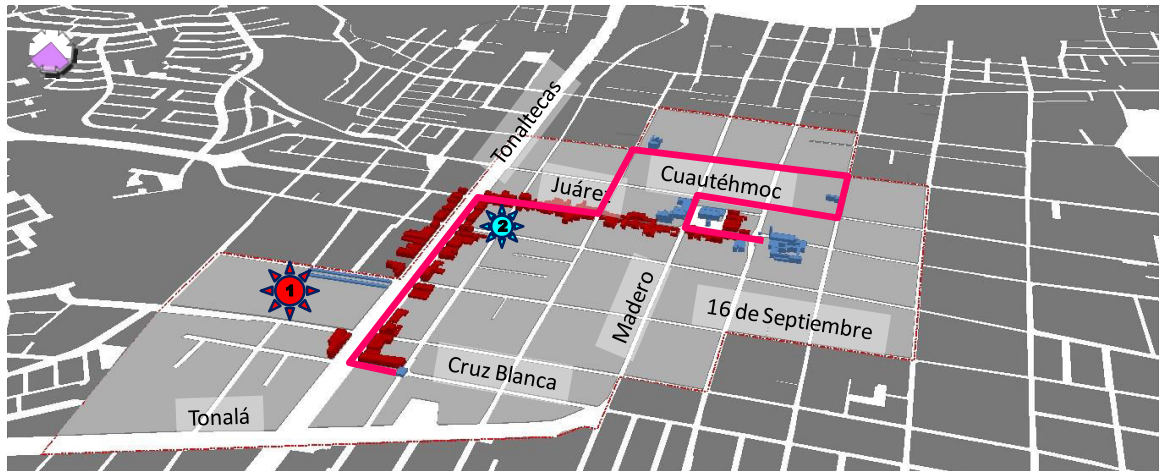
Rutas 4 & 5: Zapopan Tradicional y Cultural (a pie o bici 4.4 km)

1. Corredor Gastronómico Mar y Tierra (Mercado – Marino)
2. Ceremonias especiales diarias en la Basílica con monjes:  
Vigil, Laudes, Vesper, etc. (cantos gregorianos)
3. Hostal para jóvenes
4. Restaurante-Bar musical y artístico, asociado a club nocturno

#### 4.4.10.5. ZET 6: Tonalá Artesanal

Figura 260

#### **ZET 6: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: PDU VIGENTE

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

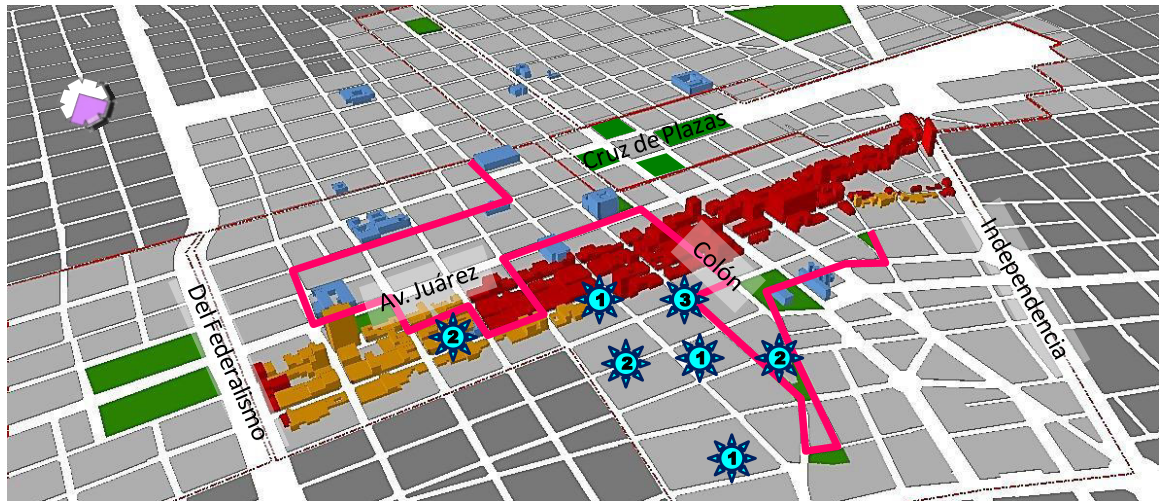
Ruta 6: Tonalá Artesanal (a pie 2.4 km)

1. Proyecto Detonador 3 CREAT - Centro Regional de las Artesanías Tonalá:  
Mercado de Artesanías con plaza para tianguis formal, Museo de Artesanías,  
Centro Artesanal con centro de capacitación para artesanos.
2. Recorrido guiado, interactivo y creativo, por los talleres de alta calidad

#### 4.4.10.6. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara)

Figura 261

#### **ZET 7: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: PDU VIGENTE

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

Ruta 7: Del Carmen (a pie 3.2 km)

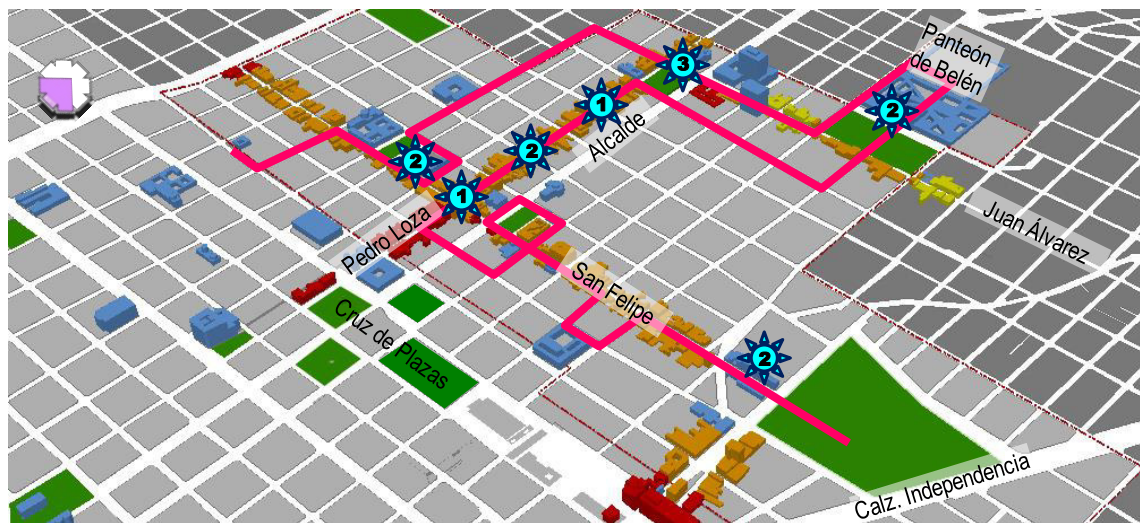
1. Nuevos museos pequeños en casonas:
  - De los Jóvenes / de la Música Moderna (vinculado a conciertos)
  - Museo de la Fotografía
  - Museo de la Diversidad y Tolerancia
2. Hoteles de lifestyle urbano (boutiques, B&Bs, hostales)
3. Guadalajara Nightlife: Comercialización como zona de diversión nocturna, con antros, discos, bares, restaurantes, cafés, teatros off, seguridad.



#### 4.4.10.7. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara)

Figura 262

#### **ZET 8: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: PDU VIGENTE

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

Ruta 8: Santuario – Parque Morelos (en bici 5.6 km)

1. Marca “Corredor Pedro Loza”, integrando los negocios y atractivos de la calle.
2. Nuevos museos adicionales:
  - Museo de la Escultura (en casona de Pedro Loza): Escultura antigua (réplicas) y escultura moderna, con Paseo del Arte en Pedro Loza (Arte Público temporal)
  - Museo High Tech (vinculado a Ciudad Creativa Digital)
  - Museo de las Culturas de América / Museo Etnológico (en edificio del Museo de Arqueología de Occidente)
  - Museo de la Medicina (en Antiguo Hospital Civil / Medicina UDG)
3. Zona de Comida Tradicional alrededor del Santuario (fondas, restaurantes)

#### 4.4.10.8. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan)

Figura 263

#### **ZET 9: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



FUENTE: PDU VIGENTE

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

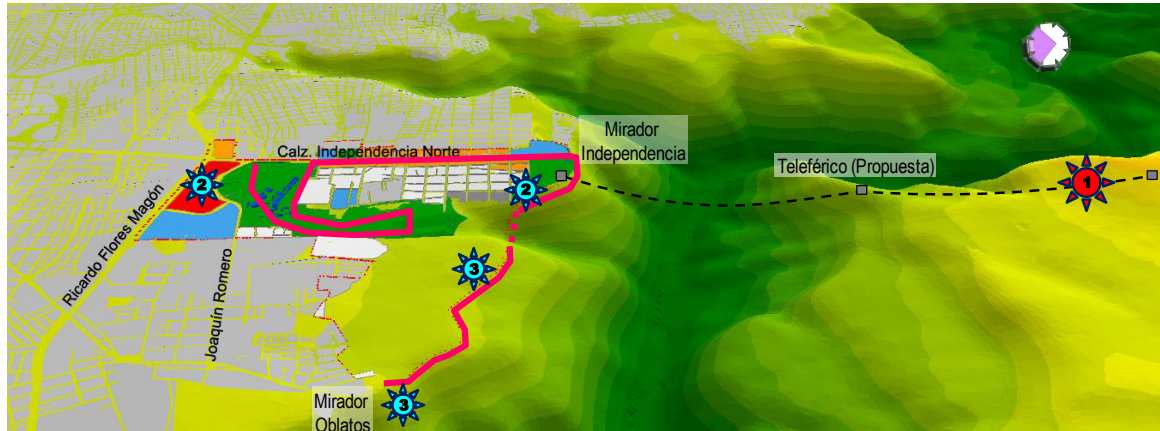
Ruta 9: Triángulo Expo (en bici / coche 5.4 km)

1. Proyecto Detonador 1: Centro Expo, con:
  - Centro de Visitantes
  - Centro de Transferencia de Transporte Turístico
  - Centro de Gastronomía y Artes Culinarias
  - Usos mixtos con oficinas, vivienda, alojamiento, servicios, etc.
2. Hoteles de nivel medio a alto (4\* y más).
3. Ruta gastronómica por una variada gama de los mejores restaurantes de la zona, e interacción con sus chefs.

#### 4.4.10.9. ZET 10: Miradores (Guadalajara)

Figura 264

### ZET 10: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS



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

Ruta 10: Miradores (a pie / en bici 8.4 km)

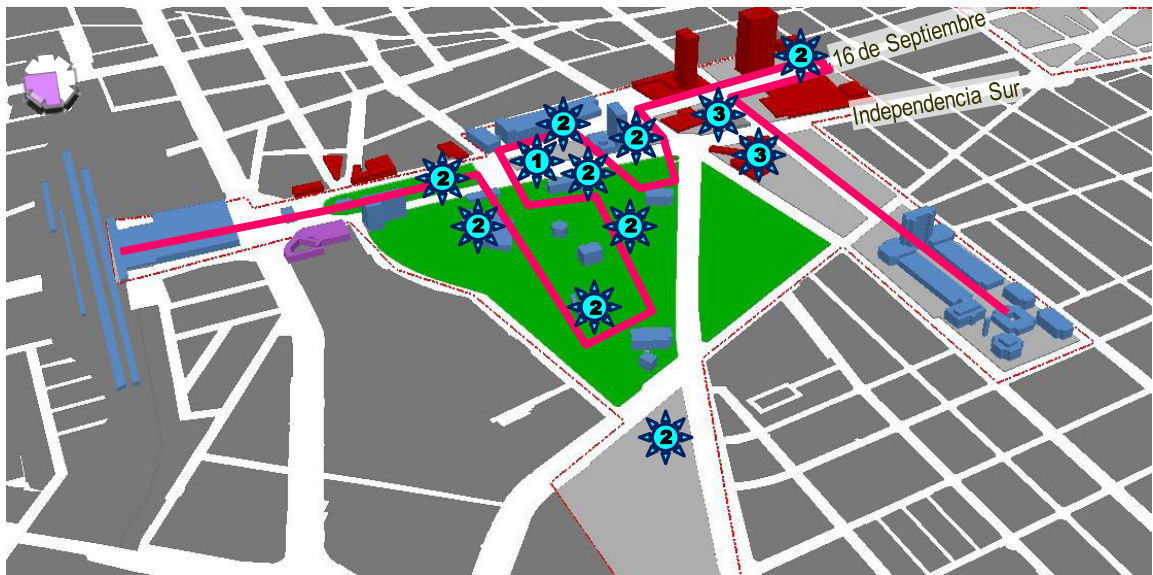
1. Proyecto Detonador 4: La Espuela - Teleférico y Parque Panorámico, con:
  - Teleférico y Rueda de la Fortuna (La Espuela).
  - Mini-Jalisco y Aldea Viva Jalisciense: Atractivos, Cultura y Folklore de Jalisco.
  - Trineo de verano, mirador volado, andadores panorámicos.
  - Restaurantes panorámicos, cabañas, camping, rancho de caballos.
2. Hoteles de nivel medio a alto (4\* y más).
3. Espacios adicionales de diversión, de aventura, de naturaleza o de cultura: Clorofila (Jardín Botánico de la Barranca), Adrenalina (Aventura Vertical), MAMO (Museo de Arte Moderno), miradores intermedios.



#### 4.4.10.10. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara)

Figura 265

#### ZET 11: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

Ruta 11: Agua Azul (a pie 3.4 km)

1. “El Escenario” – Restaurante-Café-Bar de las artes escénicas
2. Festival del Teatro de Guadalajara: En todos los espacios escénicos de la zona y al aire libre.
3. Establecimientos de entretenimiento nocturno, para mantener la zona más viva después de los eventos.

#### 4.4.10.11. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan)

Figura 266

#### ZET 12: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS



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

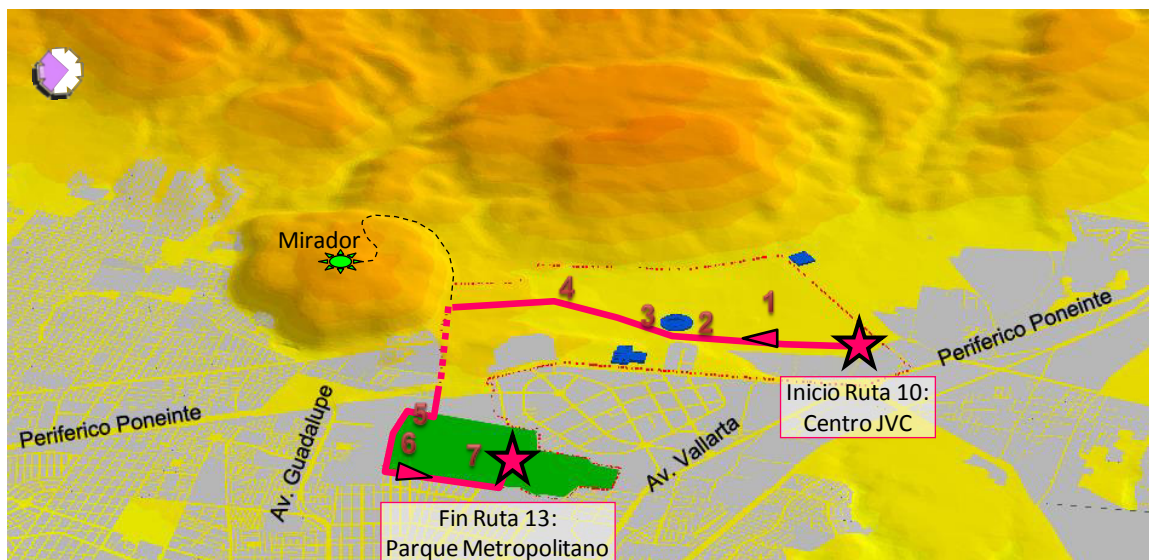
Ruta 12: Providencia - Colomos (en coche 17.8 km)

1. Marca “Corredor Gastronómico Terranova”, integrando los negocios y atractivos de la calle.
2. Nuevos museos adicionales:
  - Museo de la Moda, con Paseo de la Moda (Arte Público temporal).
  - Museo del Golf e Hipismo.
3. Hoteles de alto nivel (5\* y más).
4. Eventos deportivos: Golf, hipismo, carreras en ruta y cross, volleyball, etc.
5. Gastronomía: Ruta interactiva con chefs, y festival en parques de la zona.

#### 4.4.10.12. ZET 13: JVC – Metropolitano (Guadalajara / Zapopan)

Figura 267

#### ZET 13: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS



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

Ruta 13: JVC - Metropolitano (en bici 7.0 km)

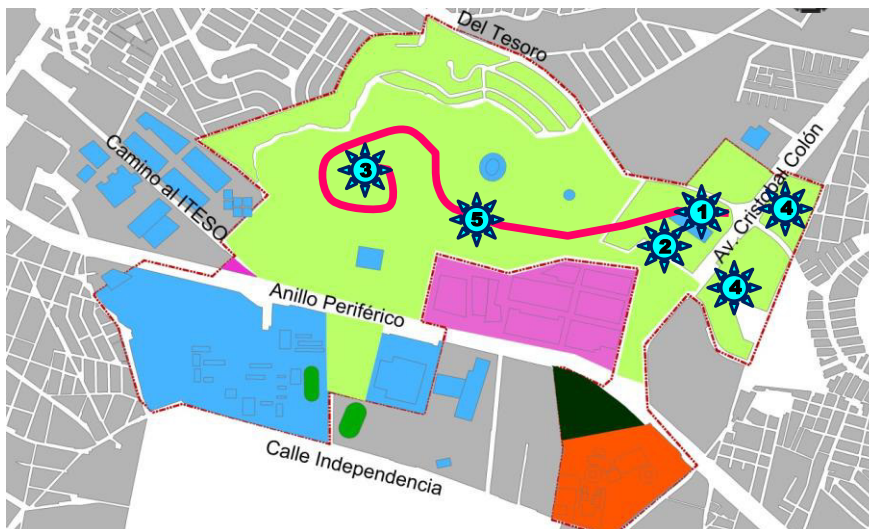
1. Hospedaje juvenil y familiar (3\*y 4\*).
2. Nuevo museo adicional:  
- Museo del Deporte.
3. Eventos deportivos y al aire libre

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 13, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

#### 4.4.10.13. ZET 14: Santuario de los Mártires (Tlaquepaque)

Figura 268

#### **ZET 14: PRODUCTOS TURÍSTICOS RECOMENDADOS**



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

Ruta 14: Santuario de los Mártires (a pie: sendero a la cima)

1. Centro de Visitantes definitivo
2. Nuevo museo: - Museo de los Cristeros.
3. Mirador con restaurante de comida pía.
4. Hostales para peregrinos.
5. Ruta temática guiada a centros religiosos de la ZMG: Zapopan, Catedral GDL.

#### 4.4.10.14. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco)

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 13, no se pueden hacer recomendaciones específicas.



#### 4.4.10.15. Cartera de proyectos estratégicos

Se desarrolló una cartera de proyectos estratégicos que reúnen características necesarias para impulsar la actividad turística en la metrópoli, diversificando la paleta de productos existentes. Los proyectos estratégicos se concentran en las Zonas de Especialización Turística, fortaleciendo de esta manera su vocación.

**Cuadro 203**

#### **CARTERA DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS**

<b>PROYECTO</b>		<b>UBICACIÓN</b>
<b>1</b>	Centro de Visitantes y Eventos Especiales (Palacio de Gobierno)	Zona 1
<b>2</b>	El Mariachi - Gran Plaza del Mercado San Juan (Proyecto Detonador 2)	Zona 1
<b>3</b>	El Centenario Centro Turístico Folklórico y Hotel Temático	Zona 2
<b>4</b>	Corredor Gastronómico López Cotilla	Zona 3
<b>5</b>	Paseo Cultural del Carmen (Plaza del Carmen)	Zona 3
<b>6</b>	Centro Regional de Artesanías de Tonalá (Proyecto Detonador 3)	Zona 6
<b>7</b>	Barrio Artístico 9 Esquinas	Zona 7
<b>8</b>	High Tech - Museo de Innovación Tecnológica	Zona 8
<b>9</b>	Corredor Pedro Loza	Zona 8
<b>10</b>	Centro-Expo, Oficina y Transportación de Visitantes (Proyecto Detonador 1)	Zona 9
<b>11</b>	La Espuela - Teleférico y Parque Panorámico (Proyecto Detonador 4)	Zona 10
<b>12</b>	Clorofila - Jardín Botánico de la Barranca	Zona 10
<b>13</b>	Museo de Arte Moderno de Guadalajara	Zona 10
<b>14</b>	Adrenalina Parque Natural y de Aventura Río Santiago	Zona 10
<b>15</b>	El Escenario - Restaurante Café de las Artes Escénicas Agua Azul	Zona 11
<b>16</b>	Centro de Visitantes Mártires de Cristo	Zona 14
<b>17</b>	Centro de Interpretación Ambiental ANP Bosque de la Primavera	ANP
<b>18</b>	Parque Temático de Diversiones Guadalajara (en Trébol MEX 15 / MEX 80)	Zapotlanejo
<b>19</b>	Aeropuerto 2050 - Centro de Transporte, Alojamiento e Información	Zona 15

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

Para mayor información, véase Cap. 7.2, pág. 862.

#### **4.4.11. Acciones Turísticas Prioritarias**

Para cada Zona de Especialización Turística (ZET) se identificó una serie de acciones turísticas prioritarias. Algunas de ellas son de carácter general y aplican a todas las ZET, mientras que la gran mayoría son acciones específicas para cada ZET.

##### **4.4.11.1. Acciones generales para todas las ZET**

Algunas acciones aplican para todas las ZET en su conjunto:

##### **4.4.11.1.A Sistema de información turística integral**

El sistema de información turística integral es un elemento de suma importancia para el impulso del sector en la ZMG. La pieza central del sistema es una plataforma virtual única para la ZMG, gracias a la cual se podrá responder a la cada vez mayor demanda por información actualizada disponible en Internet, creada por la creciente utilización de dispositivos móviles conectados permanentemente al Internet.

- Sitio Web turístico, único y oficial para la ZMG, fusionando todos los sitios de municipios y organismos.
- Pantallas interactivas con acceso al Sitio Web oficial, en hoteles, restaurantes y puntos de la ZMG (concesión de módulos de computadoras táctiles), ampliando su cobertura.
- Paneles táctiles interactivos de información turística multilingüe de cada ZET en puntos estratégicos de la vía pública (concesión), indicando:
  - Atractivos turísticos, rutas turísticas, eventos, parques públicos, negocios de interés (hoteles, restaurantes, etc.), rutas y paradas de transporte público, sitios de taxi, cicloestaciones, módulos de sanitarios, módulos de información, espacios WiFi, sitios web, teléfonos útiles, mapa de orientación general en la ZMG, mapa local.
- Audioguías para cada ZET y cada punto específico:  
Descargables de Internet o escuchables por teléfono (indicaciones de uso en los puntos de interés).
- Señalización turística vial:  
Indicando caminos de llegada turística a puntos estratégicos de cada ZET.



- Señalización turística local:  
Imagen uniforme para toda la ZMG, diferenciada para cada ZET (incluye rutas).
- Placas informativas en puntos de interés (con información sobre la cápsula de audioguía respectiva), basándose en el proyecto La Ronda.
- Creación de una Hotline de 24 horas y sitio web para quejas y denuncias.
- Ampliación de la cobertura con módulos de información turística.
- Integración de información turística regional interactiva (rutas y circuitos), tanto de las cercanías (Tequila, Chapala, etc.) como a nivel macroregional (Vallarta, Costalegre, etc.): Links hacia turoperadores locales para la compra de paquetes.

#### ***4.4.11.1.B Módulos de sanitarios en puntos estratégicos.***

#### ***4.4.11.1.C Presencia visible de la Policía Turística de 8:00 a 24:00:***

Horario variable según zona; Presencia especial y prolongada durante eventos y en zonas de diversión nocturna.

#### 4.4.11.2. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara)

**Figura 269**

#### **RUTA 1: CRUZ DE PLAZAS – CORREDOR CABAÑAS**



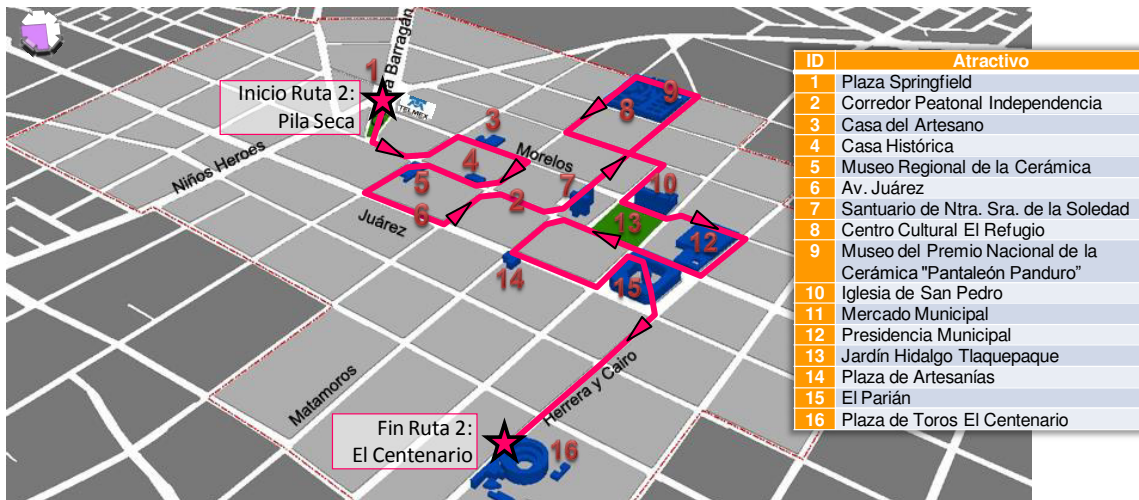
**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V.

- Instrumentación de la Ruta 1: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Impulso de eventos en plazas, también de noche: Festival de Jazz & Blues, “La Gran Carrera de los Meseros”, “La Larga Noche de los Museos”, “El Tour del Terror Nocturno”, etc.
- Mejoramiento y recategorización de hoteles existentes e impulso de nuevos establecimientos (incluyendo de diversión nocturna).
- Construcción del Centro de Transferencia de Transporte Turístico debajo de la Plaza Guadalajara.

#### 4.4.11.3. ZET 2: Tlaquepaque

Figura 270

#### RUTA 2: TLAQUEPAQUE



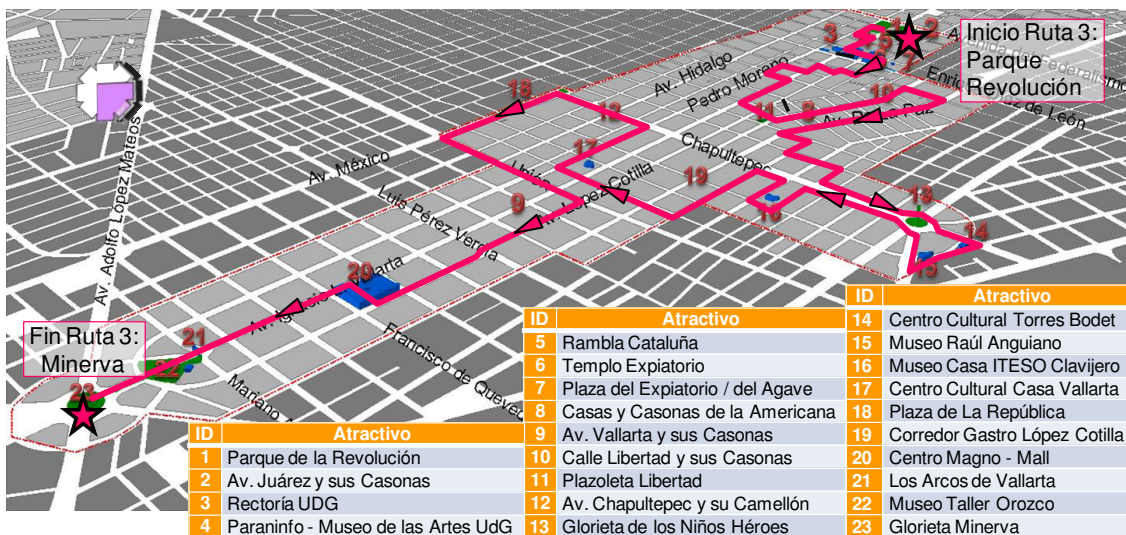
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Instrumentación de la Ruta 2: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Adecuación de El Refugio para eventos especiales (sede alterna para congresos y convenciones)
- Impulso de nuevos hoteles y Bed & Breakfast temáticos
- Impulso de eventos en plazas, también nocturnos
- Construcción del Centro de Visitantes (información, guías, central de reservaciones, etc.), junto con un gran estacionamiento, adyacente a la central de TELMEX en la Plaza Pila Seca.
- Promover la construcción de un hotel gran turismo o de negocios (cadena).

#### 4.4.11.4. ZET 3: Lafayette (Guadalajara)

Figura 271

#### ruta 3: LAFAYETTE



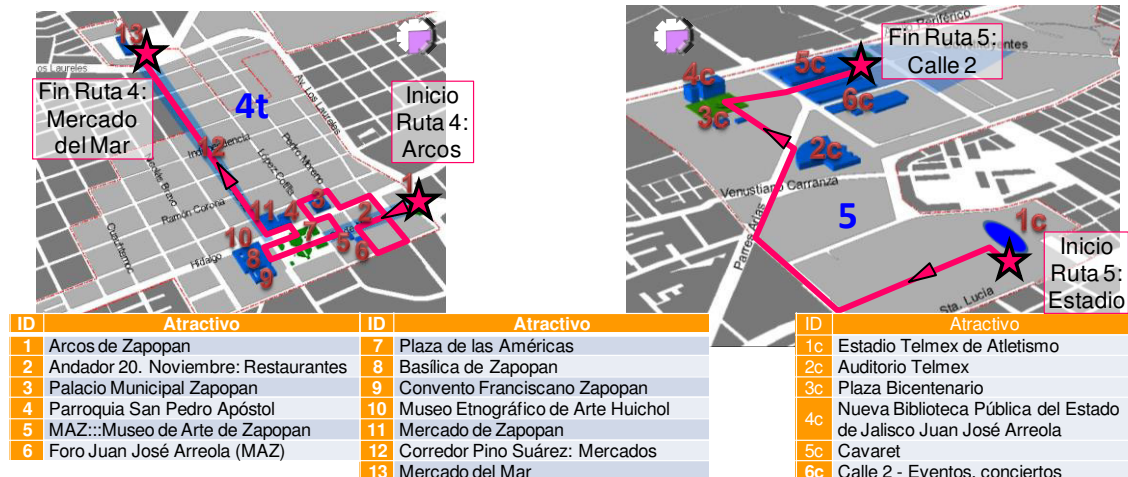
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Instrumentación de la Ruta 3: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización del Corredor Gastronómico López Cotilla como marca
- Impulso de nuevos hoteles de lifestyle urbano
- Fomento y diversificación de eventos en plazas, parques y Av. Chapultepec
- Apertura de 1 nuevo museo:  
De la Arquitectura (con visitas guiadas a edificios emblemáticos)

#### 4.4.11.5. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural

Figura 272

#### ruta 4 & 5: ZAPOPAN TRADICIONAL & CULTURAL



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

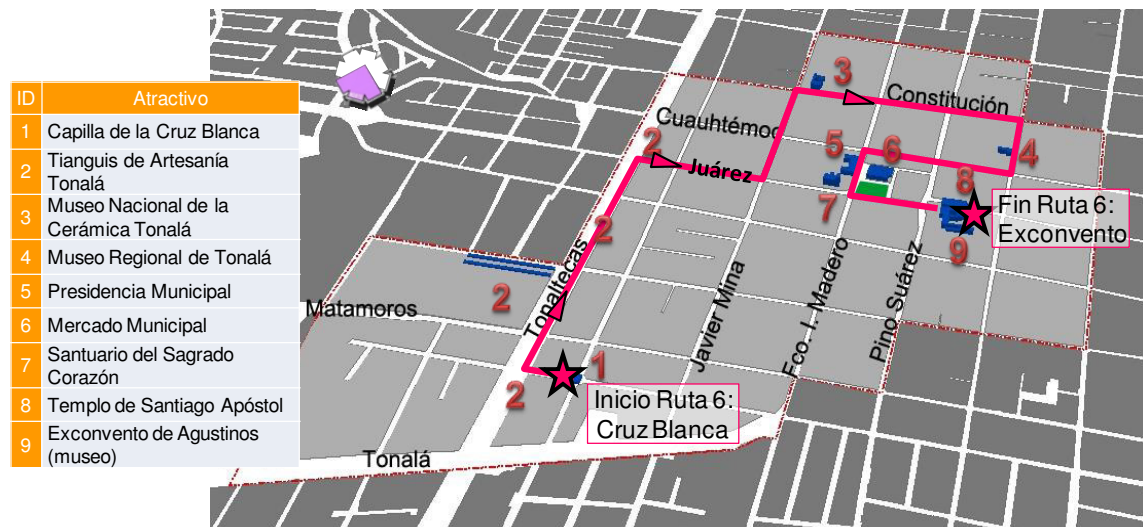
- Instrumentación de las Rutas 4 & 5: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización del Corredor Gastronómico Mar y Tierra.
- Señalización muy clara del estacionamiento en la Plaza América.
- Transporte turístico local entre Zapopan tradicional y cultural, con horarios sincronizados con eventos y vinculado al estacionamiento en Plaza América (Park & Ride).
- Impulsar la zona tradicional como punto de partida para visitas a zonas cercanas de Zapopan.



#### 4.4.11.6. ZET 6: Tonalá Artesanal

Figura 273

#### ruta 6: TONALÁ ARTESANAL



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

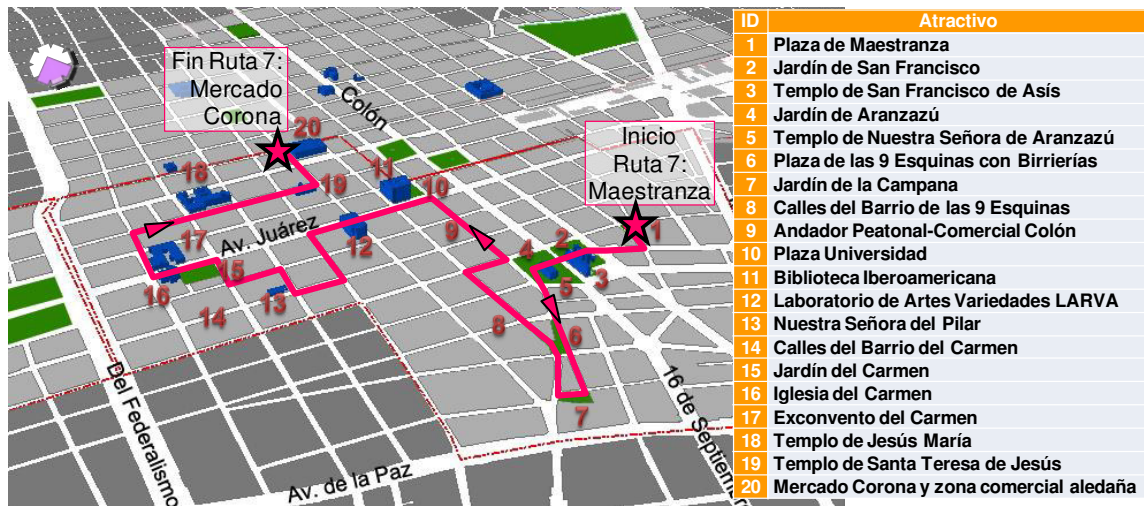
- Instrumentación de la Ruta 6: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Depuración del padrón de artesanos, y su manejo obligatorio y restrictivo.
- Ordenamiento de los puestos del tianguis:
- Uniformización, distancias mínimas, limpieza, etc.
- Módulos integrales en cada cuadra del corredor del tianguis:
- Información turística y comercial con mapa, policía turística visible, sanitarios.



#### 4.4.11.7. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara)

Figura 274

#### RUTA 7: DEL CARMEN – 9 ESQUINAS



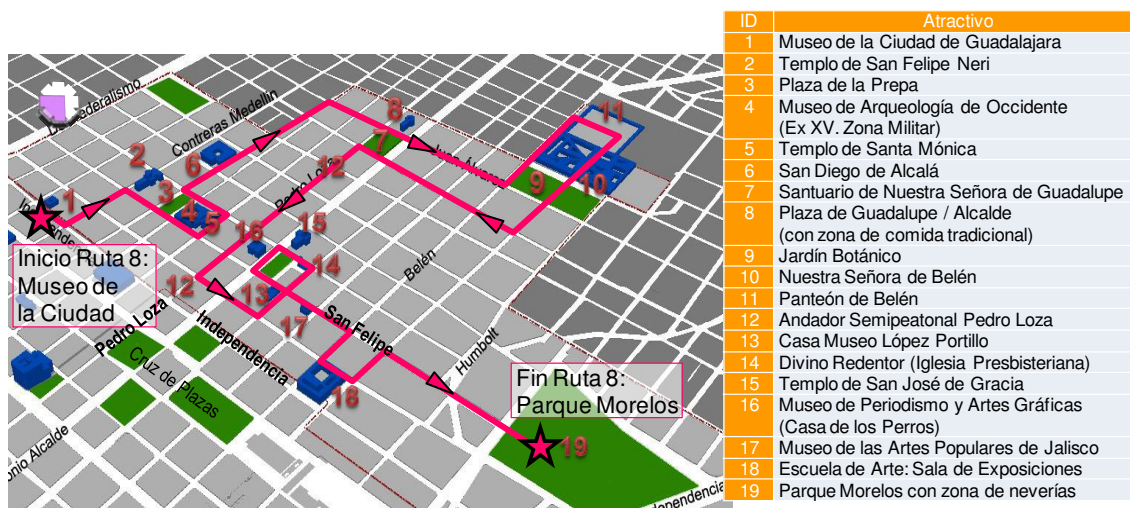
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Instrumentación de la Ruta 7: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización de la zona como marca (Ejemplo: El Barrio del Arte, El Corazón Bohemio, GDL Tolerante).
- Organización de eventos en plazas y calles: Tianguis Vintage (arte, libros, diseño, ropa, discos); Tianguis Gourmet; Cine al Aire Libre; Conciertos, etc.
- Implementación de un trenecito turístico como medio de transporte urbano (alternativa: bicitaxis), en el corredor Plaza de las 9 Esquinas - Corredor Colón / Pedro Loza - Plaza del Santuario.
- Creación de módulos de seguridad e información con presencia policial especial durante la noche.

#### 4.4.11.8. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara)

**Figura 275**

#### **ruta 8: santuario – parque morelos**



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

- Instrumentación de la Ruta 8: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización de la marca Corredor Pedro Loza como zona de paseo y compras, cafés, hoteles, restaurantes, etc. (incluyendo la Zona de Comida Tradicional El Santuario)
- Implementación de un trenecito turístico como medio de transporte urbano (alternativa: bicitaxis), en el corredor Plaza del Santuario - Corredor Pedro Loza / Colón - Plaza de las 9 Esquinas.
- Realizar eventos: En museos (La Larga Noche de los Museos), Parques (música, cine, deportes, teatro) y Calles (diferentes tianguis, teatro callejero, Arte Público).
- Impulso de la zona como espacio cultural.
- Implementación del “Corredor de Conventos Vestigiales” sobre la calle Contreras Medellín

#### 4.4.11.9. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan)

Figura 276

#### RUTA 9: TRIÁNGULO EXPO



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

- Comercialización de la ZET como zona gastronómica de alta calidad con variados restaurantes hoteleros.
- Impulso a un nuevo Centro de Gastronomía y Artes Culinarias, con varios restaurantes, cafés, bares, fondas, templos gourmet, etc.: Propuesta de su integración al Proyecto Detonador 1 Centro Expo.
- Gestión de un Centro de Visitantes y Transporte Turístico en la zona: Propuesta de su integración al Proyecto Detonador 1 Centro Expo.
- Fomento de un Centro Educativo de Excelencia Turística, integrando varias instituciones del sector, ubicado dentro del Proyecto Detonador 1 Centro Expo.

#### 4.4.11.10. ZET 10: Miradores (Guadalajara)

Figura 277

#### ruta 10: miradores



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

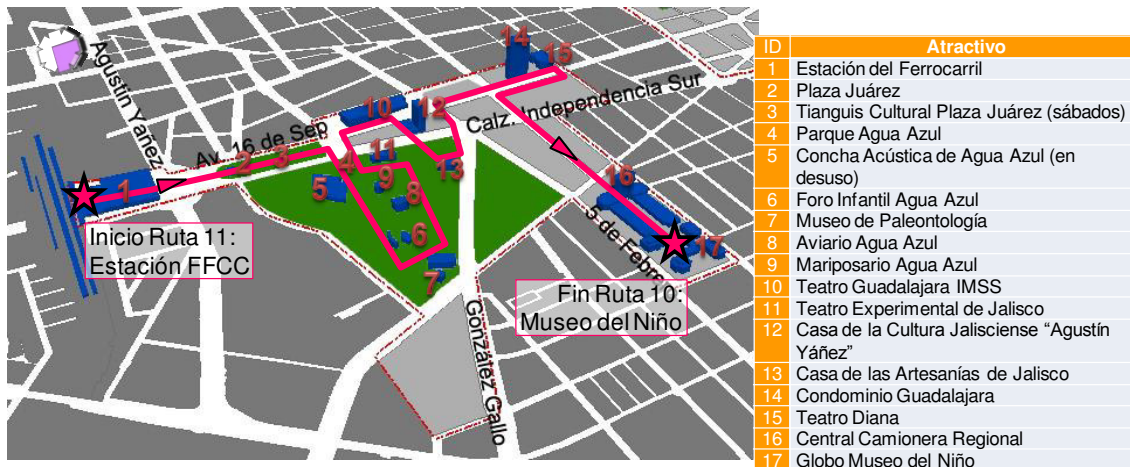
- Construcción del tramo faltante en la barranca (largo plazo) e instrumentación de la Ruta 10 y: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización de la ZET como zona de diversión familiar y natural, con múltiples atractivos.
- Construcción del Sendero Panorámico del Desfiladero entre el Parque Mirador Independencia y el Mirador Oblatos, incluyendo un puente colgante.
- Gestión de Adrenalina - Parque de Aventura Vertical en el Mirador Oblatos, incluyendo la adaptación y el aprovechamiento del funicular CFE.
- Continuación de la construcción del Museo de Arte Moderno en el Parque Mirador Independencia.
- Gestión del Proyecto Detonador 4 – La Espuela.



#### 4.4.11.11. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara)

Figura 278

#### ruta 11: AGUA AZUL



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

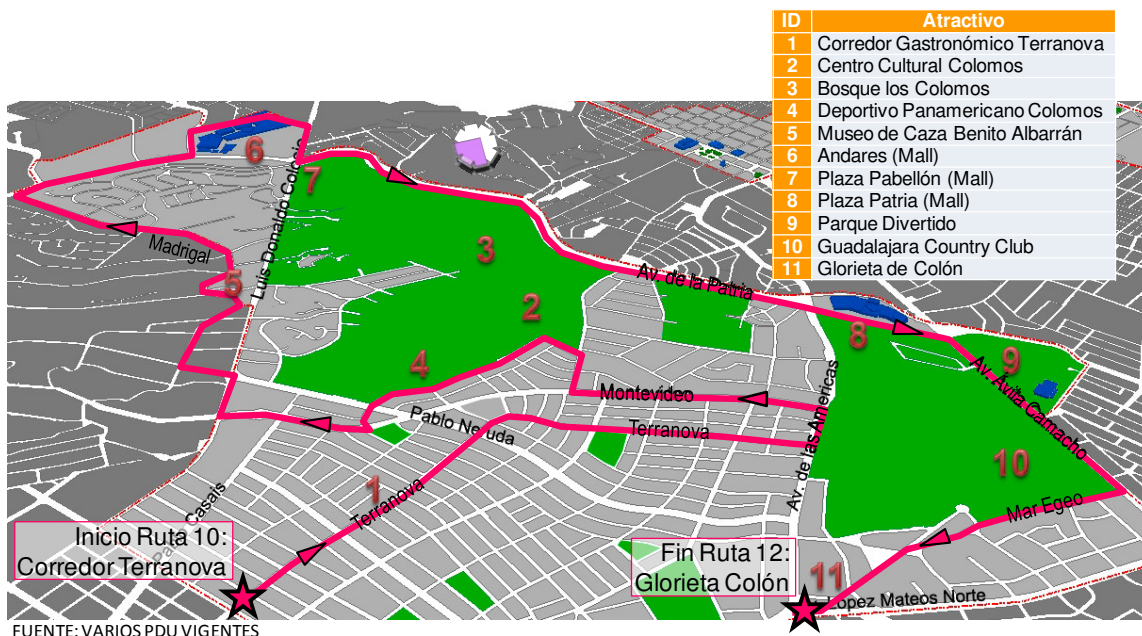
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Instrumentación de la Ruta 11: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización de la ZET como zona de diversión familiar y cultural, con múltiples atractivos.
- Conversión del Ex-Museo de Arqueología (cerrado) en "El Escenario" – Restaurante-Café-Bar de las Artes Escénicas como espacio de encuentro antes y después de eventos culturales en la zona.

#### 4.4.11.12. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan)

Figura 279

#### RUTA 12: PROVIDENCIA – COLOMOS



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

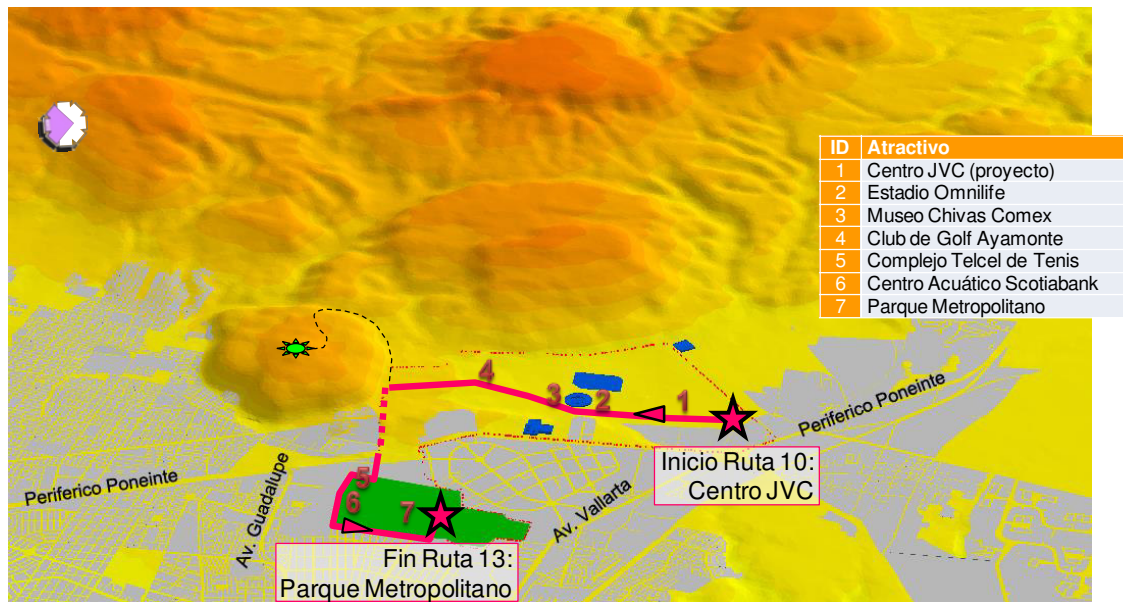
- Instrumentación de la Ruta 12: Señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Comercialización de la marca Corredor Gastronómico Terranova.
- Comercialización de la ZET 12 como la zona más lujosa de Guadalajara: Guadalajara Chic.
- Creación de espacios naturales temáticos en el Bosque Colomos, adicionales a los existentes: Jardín Carnívoro, Selvas Mexicanas, Orquideario, Jardín Inglés, Herbolaria Mexicana, Jardín Ripario.



#### 4.4.11.13. ZET 13: JVC - Metropolitano (Zapopan)

Figura 280

#### ruta 13: JVC - METROPOLITANO



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

- Instrumentación de la Ruta 13: Construcción del tramo faltante, señalización, información puntual en atractivos, capacitación de guías.
- Vinculación de la ZET con el Bosque La Primavera por medio de senderos de acceso y un mirador.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 13, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

#### 4.4.11.14. ZET 14: Santuario de Los Mártires (Tlaquepaque)

Figura 281

#### ruta 14: SANTUARIO DE LOS MÁRTIRES



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

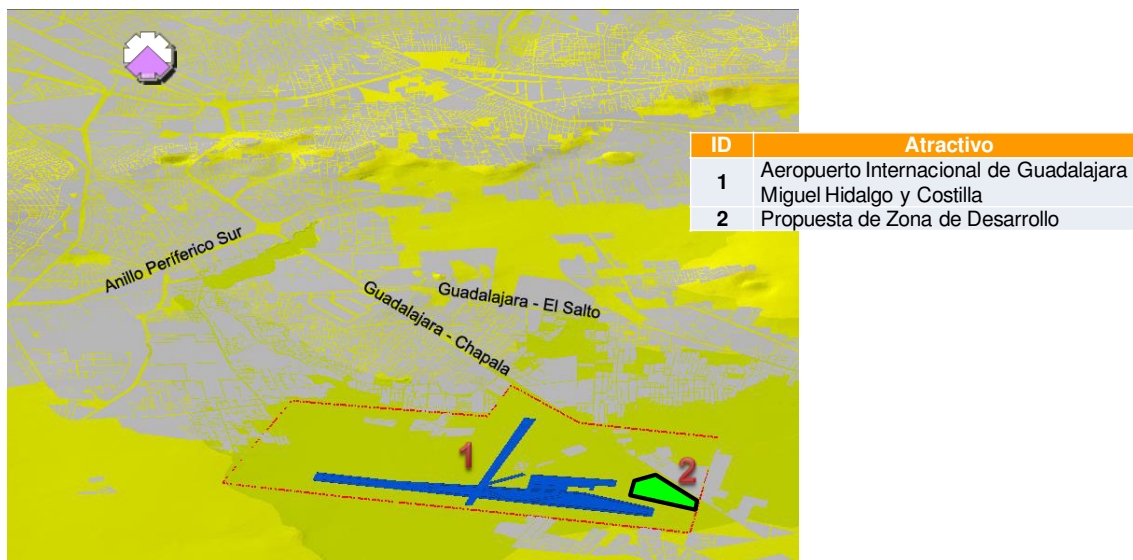
- Construcción de un centro de visitantes temporal para visitas del proyecto en obra:
- Estacionamiento formal, información audiovisual religiosa y arquitectónica, visitas guiadas, tienda de recuerdos, colecta de donaciones, baños.
- Definición de un sendero de acceso y un mirador en el punto más alto del cerro.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 14, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

#### 4.4.11.15. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco)

Figura 282

#### RUTA 15: AEROPUERTO 2050



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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

- Apertura de la zona de desarrollo propuesta para servicios: Oferta hotelera, restaurantera, oficinas.
- Vinculación directa con shuttle individual (largo plazo: acera móvil techada) entre aeropuerto y la zona de desarrollo propuesta.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 15, no se pueden hacer recomendaciones más específicas, incluyendo la definición de la ruta.

#### **4.4.11.16. Otras Acciones**

Se sugiere realizar algunas otras acciones adicionales de tipo generalizado, no solamente en las ZET sino en toda la ZMG e inclusive el estado.

- Promoción de programas para paisanos que trabajan en el extranjero y puedan invertir en el estado en proyectos turísticos.
- Rescate de artesanos talentosos a través de las Casas de Cultura, estableciendo talleres de oficios típicos de la ZMG. Estos pueden ser impartidos por personas de la tercera edad, rescatando talentos y costumbres vernáculos.
- Impulso a programas de inclusión de estudiantes universitarios en materias turísticas, para que sean preparados como guías de turistas especializados en circuitos locales, siendo preparados como parte de sus labores de servicio social.

#### **4.4.12. Inmuebles de valor histórico y cultural**

Los inmuebles de valor histórico y cultural son centrales para la percepción de un destino turístico. No solo los habitantes mismos de un destino se vinculan emocionalmente con estos edificios, sino también el turista que busca un lugar con identidad propia. Con ello, su conservación se hace una tarea no solamente de preservación del patrimonio sino también de un recurso turístico de gran valor.

El aprovechamiento de los inmuebles de valor histórico y cultural para fines turísticos muchas veces es una situación favorable para todos los lados involucrados (situación “win-win”), ya que se puede conservar un edificio valioso y darle un uso redituable en un contexto que para otros fines resulta muchas veces mucho más difícil.

Como estrategia de aprovechamiento se propone que los inmuebles de valor histórico y cultural sean dirigidos hacia los siguientes usos, siempre y cuando esto sea compatible con las políticas definidas en los Programas de Desarrollo Urbano correspondientes:

- Vivienda
- Hotel Boutique
- Hotel Temático
- Hostal Juvenil
- Restaurante de Especialidades
- Café
- Bar
- Cantina
- Club / Discoteca
- Museo
- Galería
- Centro Cultural
- Boutique

Para el impulso del Centro Histórico de Guadalajara, espacio donde se concentra la mayoría de los edificios históricos y culturales dentro de la Zona Metropolitana, fue creado el “Patronato del Centro Histórico, Barrios y Zonas Tradicionales de la Ciudad de Guadalajara” como organismo público descentralizado de la administración pública municipal.

Entre sus facultades se encuentra, entre otros, el “fomento de programas interinstitucionales y con participación ciudadana (...) mediante la restauración, rescate, conservación y protección de estos espacios urbanos, en lo físico; así como promover y desarrollar su vocación económica, cultural y recreativa turística”. Lo anterior también incluye “adquirir y poseer los bienes muebles o inmuebles que sean necesarios o convenientes”.

Ante la magnitud del reto de conservar cientos de edificios de valor, se sugiere crear otro organismo nuevo fomentado por la iniciativa privada. Este organismo se dedicaría a complementar los esfuerzos del Patronato, comprando edificios con sus propios fondos, remodelarlos y venderlos nuevamente. Otra actividad de importancia sería la gestión de contactos, buscando de manera enfocada a empresas, personas, organismos u otros interesados que ocupen edificios históricos concretos, y de preferencia participen en su remodelación.

En la ciudad de México esta colaboración entre el sector público (Fideicomiso del Centro Histórico) y el sector privado (Fundación del Centro Histórico) ha resultado relativamente exitosa, y se ha logrado frenar la tendencia de despoblamiento del centro, tanto de habitantes como empresas.



## 4.5. Desarrollo Urbano: Acciones Prioritarias

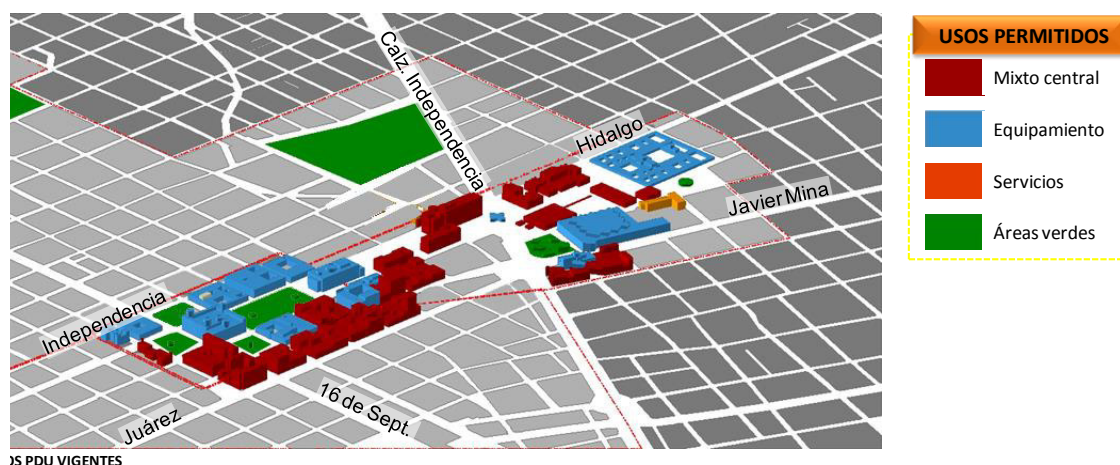
Entre las acciones urbanas prioritarias así como de imagen urbana destacan las siguientes, presentadas por Zona de Especialización Turística (ZET). Se definen corredores prioritarios, donde enfocar las acciones de mejoramiento.

Para las acciones de carácter turístico en las ZET, véase Cap. 4.4.11, pág. 718.

### 4.5.1.1. ZET 1: Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara)

**Figura 283**

#### **ZET 1: USOS DE SUELO PERMITIDOS**

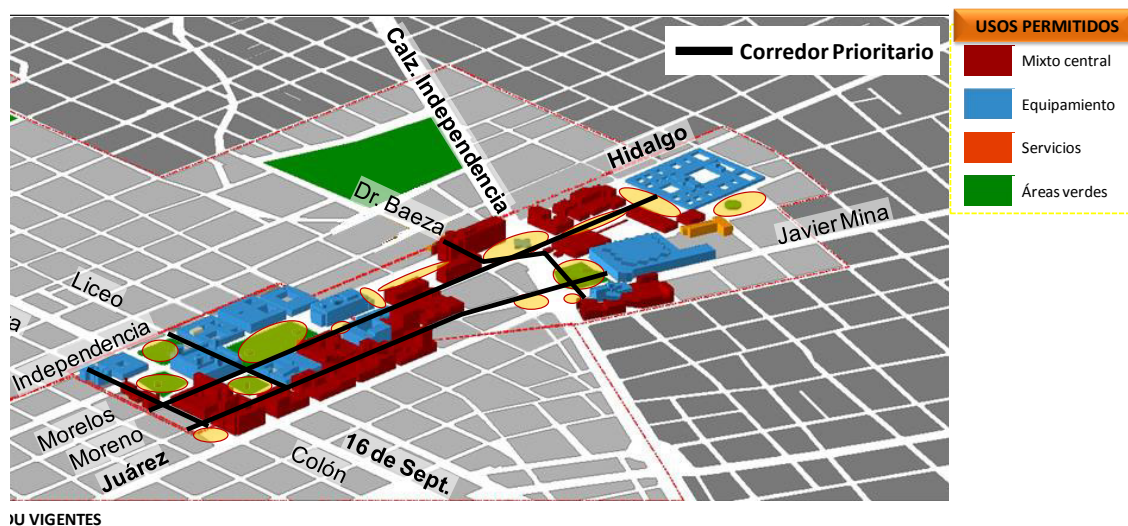


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

#### Calles y avenidas

- Mejorar y ampliar arbolado urbano
- Mejorar señalamientos y señalética
- Mejorar mobiliario urbano
- Implementar ciclo-carriles
- Peatonalizar calles secundarias

**Figura 284**  
**ZET 1: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

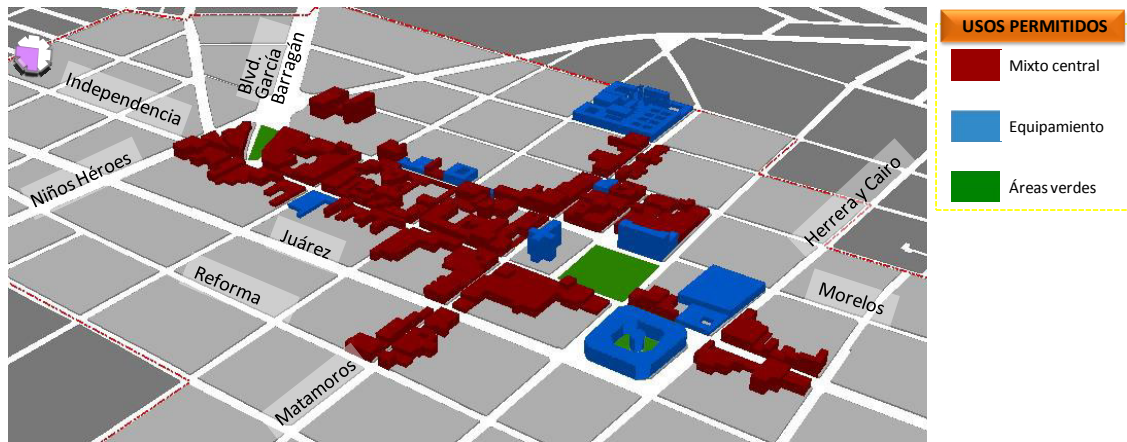
Zonas peatonales, plazas, parques y jardines

- Mejorar jardinerías
- Colocar arte público y renovar el existente
- Mejorar y colocar luminarias arquitectónicas
- Mejorar y uniformizar puestos semifijos y ambulantes, previa formalización
- Mejorar y colocar señalamiento e información turística

#### 4.5.1.2. ZET 2: Tlaquepaque

Figura 285

#### ZET 2: USOS DE SUELO PERMITIDOS



FUENTE: PDU VIGENTE

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

#### Calles y avenidas

- Rediseño integral de la Plaza Pila Seca: Paso a desnivel “Y Sur-Norte” + Centro de Visitantes + Estacionamiento
- Mejorar señalamientos y señalética
- Implementar ciclo-carriles
- Peatonalizar o semipeatonalizar calles
- Ampliar cableado subterráneo

**Figura 286**

**ZET 2: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

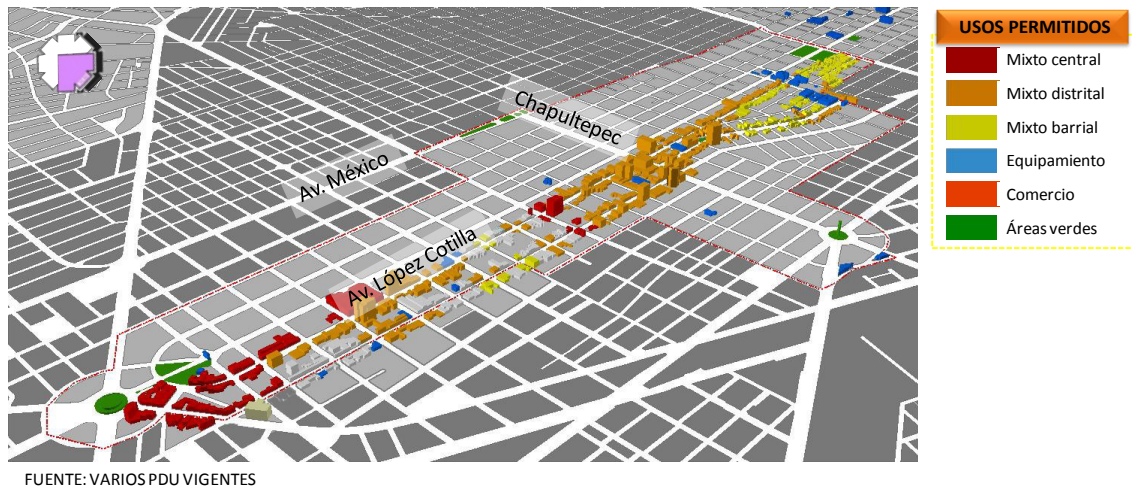
**Zonas peatonales, plazas, parques y jardines**

- Colocar arte público y renovar el existente
- Mejorar y uniformizar puestos semifijos y ambulantes, previa formalización
- Mejorar y colocar señalamiento e información turística
- Mejorar fachadas, aplicar paleta de colores

#### 4.5.1.3. ZET 3: Lafayette (Guadalajara)

Figura 287

#### ZET 3: USOS DE SUELO PERMITIDOS



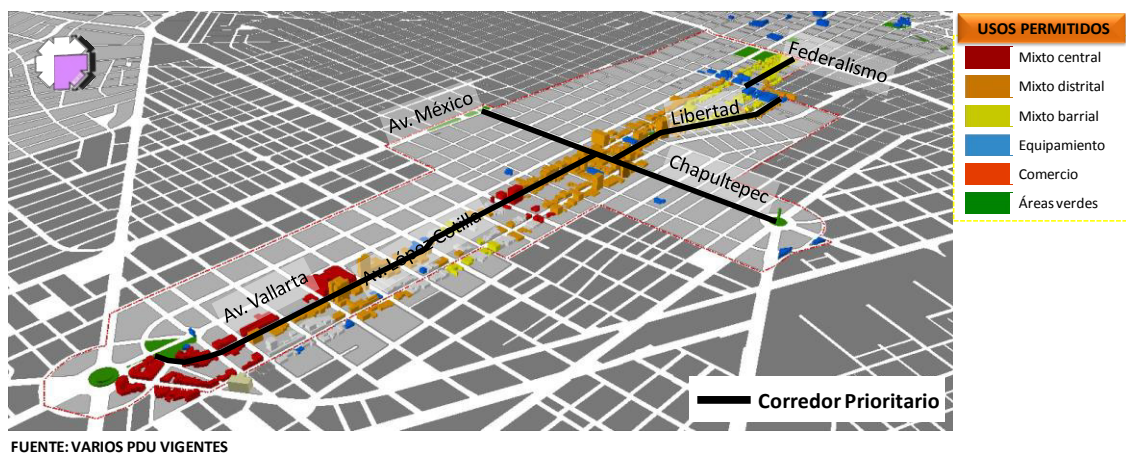
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Implementar ciclo-carriles
- Peatonalizar o semipeatonalizar corredores prioritarios: Calles López Cotilla y Libertad
- Proyecto Lafayette Peatonal: Mejoramiento de cruces peatonales, despejo de obstáculos en banquetas, mejoramiento de banquetas, señalización peatonal
- Aplicar el régimen de Calles Secundarias Tranquilizadas a toda la ZET, rompiendo el flujo del tránsito de paso: Calles sin salida, cortes diagonales en cruces, señalización.
- Instalar parquímetros
- Colocar cableado subterráneo
- Mejorar señalamientos, homologar anuncios
- Mejorar fachadas, aplicar paleta de colores
- Mejorar Arte Urbano existente y colocar nuevo:



- Av. Chapultepec, camellón Libertad y plazas
- Mejorar y ampliar arbolado urbano

**Figura 288**  
**ZET 3: CORREDORES PRIORITARIOS**



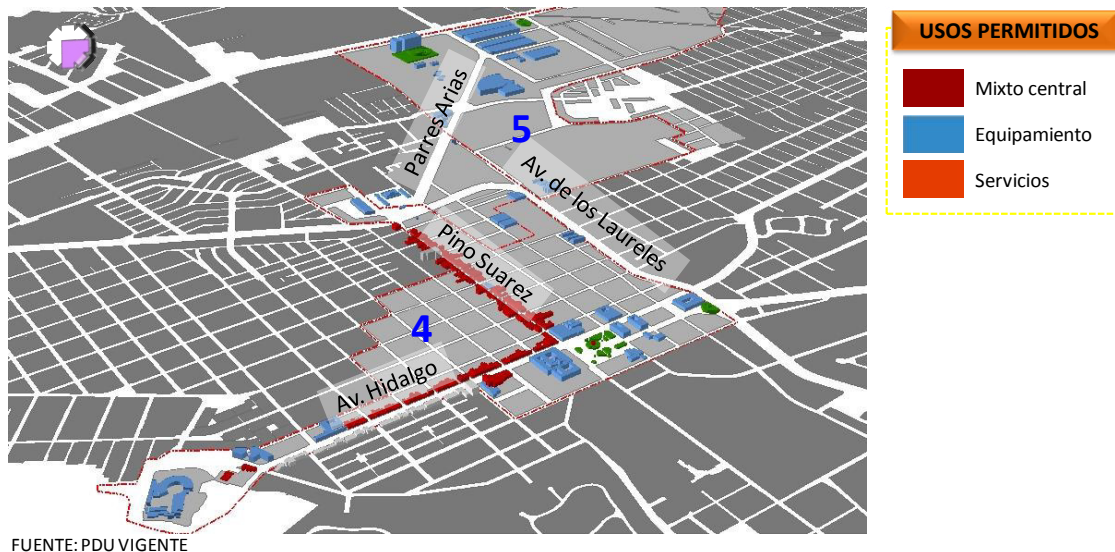
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.



#### 4.5.1.4. ZET 4 & 5: Zapopan Tradicional & Cultural

Figura 289

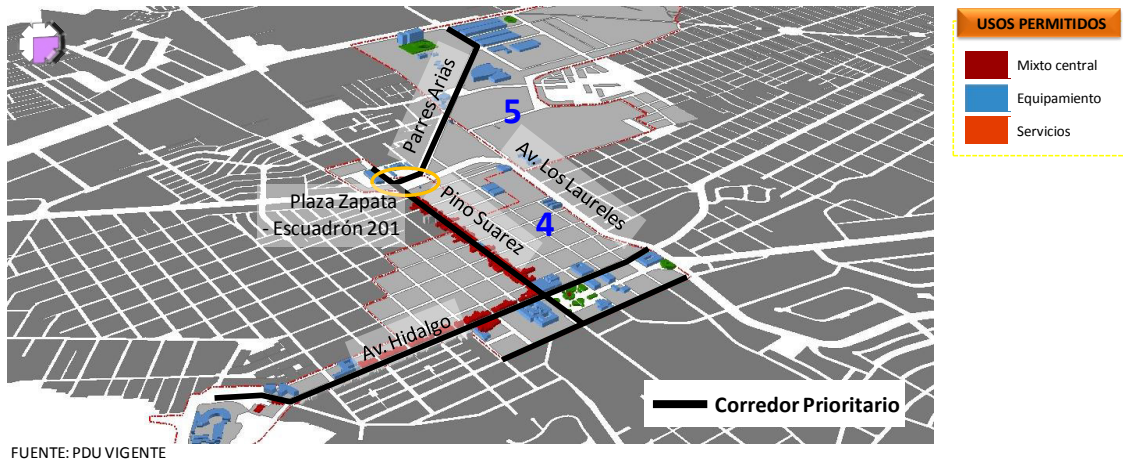
#### ZET 4 & 5: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Mejorar señalamientos, especialmente para estacionamientos (Plaza Américas) y eventos
- Continuar con el programa de peatonalización o semipeatonalización
- Fomentar uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla
- Mejorar Arte Urbano existente y colocar nuevo
- Mejoramiento integral de Pino Suárez (Mar y Tierra): Semipeatonal, cableado, colores fachadas, anuncios.
- Mejoramiento integral corredor Parres Arias: Arbolado, banquetas, cruces, seguridad, ciclovía.
- Mejoramiento integral Plaza Zapata - Escuadrón 201: Banquetas, cruces peatonales / puentes, arbolamiento, señalización, arte urbano, mobiliario.

**Figura 290**  
**ZET 4 & 5: CORREDORES PRIORITARIOS**

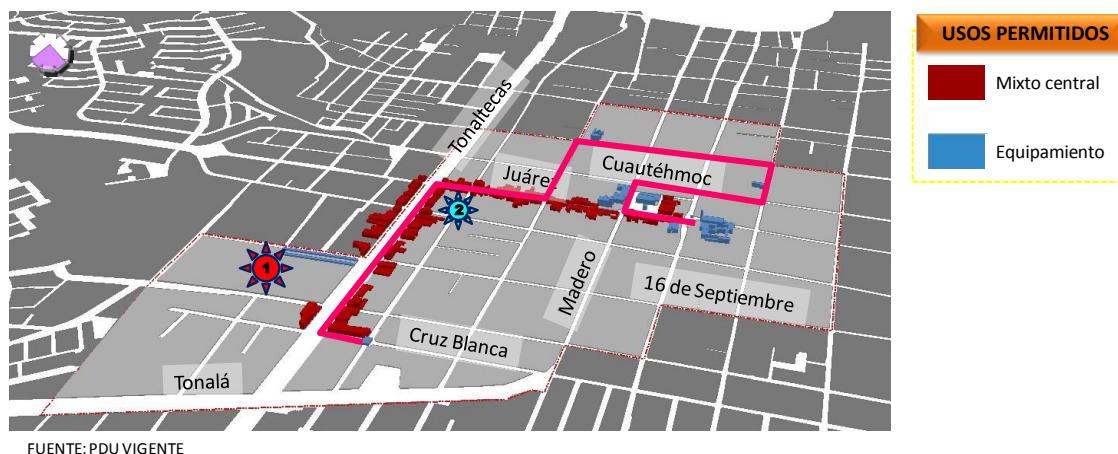


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

#### 4.5.1.5. ZET 6: Tonalá Artesanal

Figura 291

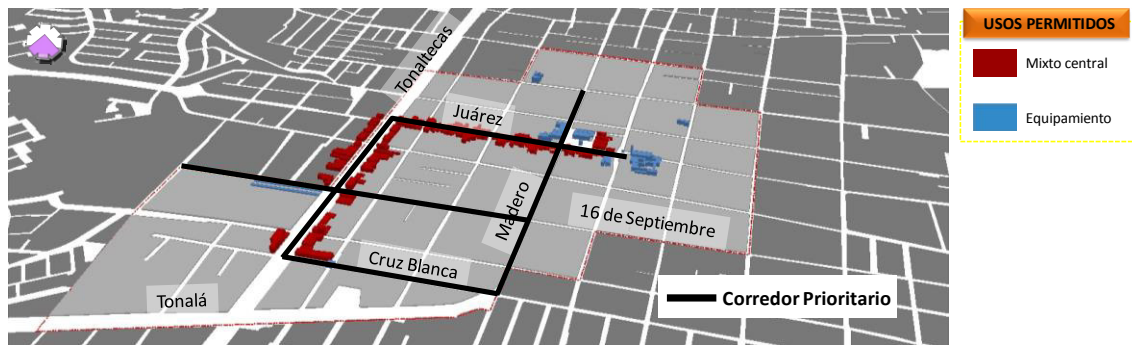
#### ZET 6: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Impulsar estacionamientos en lugares estratégicos y su señalización clara.
- Continuar con el programa de peatonalización o semipeatonalización.
- Mejorar señalización en general.
- Mejora de fachadas en los paramentos;
- Aplicar paleta de colores
- Mejoramiento integral de Tonaltecas:
- Paso a desnivel de carriles centrales (entre Cruz Blanca y Juárez, posterior a nuevo tramo del periférico noreste), cableado, colores de fachadas, anuncios, arbolamiento, arte urbano.
- Mejorar Arte Urbano existente y colocar nuevo.
- Fomentar uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla.
- Realizar el proyecto ejecutivo del CREAT y gestionar el predio para su ubicación.

**Figura 292**  
**ZET 6: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

#### 4.5.1.6. ZET 7: Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara)

Figura 293

#### ZET 7: USOS DE SUELO PERMITIDOS

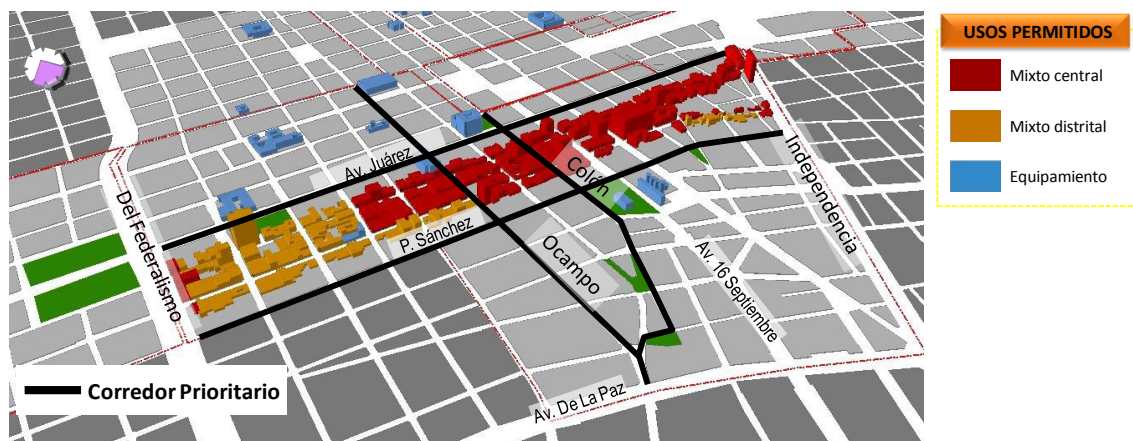


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Impulsar estacionamientos en lugares estratégicos y su señalización clara.
- Identificar e impulsar corredores de diversión nocturna (por ejemplo Prisciliano Sánchez).
- Continuar con el programa de peatonalización o semipeatonalización.
- Mejorar fachadas en los paramentos y aplicar paleta de colores.
- Identificar y adquirir predios subaprovechados para convertirlos en plazas urbanas (microplazas), con estacionamiento subterráneo (por ej. Prisciliano Sánchez / Ocampo).
- Fomentar uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla.
- Implementar parquímetros.
- Aplicar el régimen de Calles Tranquilizadas, rompiendo el flujo del tránsito de paso.



**Figura 294**  
**ZET 7: CORREDORES PRIORITARIOS**



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



#### 4.5.1.7. ZET 8: Santuario – Parque Morelos (Guadalajara)

Figura 295

#### ZET 8: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Impulsar estacionamientos en lugares estratégicos y su señalización clara.
- Reordenar las líneas del transporte público que cruzan la zona, y redefinir sus paradas.
- Continuar con el programa de peatonalización o semipeatonalización.
- Mejorar fachadas en los paramentos y aplicar paleta de colores.
- Identificar y adquirir predios subaprovechados para convertirlos en plazas urbanas (microplazas), con estacionamiento subterráneo (por ej. Juan Álvarez / Alcalde).
- Fomentar uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla.
- Implementar parquímetros.
- Aplicar el régimen de Calles Tranquilizadas, rompiendo el flujo del tránsito de paso.

**Figura 296**  
**ZET 8: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

#### 4.5.1.8. ZET 9: Triángulo Expo (Guadalajara / Zapopan)

Figura 297

#### ZET 9: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Gestionar la construcción del nuevo tramo subterráneo de los carriles centrales en Av. Otero, mínimo entre De las Rosas y Topacio.
- Construir una glorieta en el cruce de Av. Otero y De las Rosas.
- Implementar la nueva línea del Macrobus (o un sistema equivalente), que circule por Av. Otero.
- Instaurar un transporte urbano-turístico especial, que circule exclusivamente por el triángulo Otero – López Mateos – Lázaro Cárdenas.
- Gestionar y adquirir el predio para el Proyecto Detonador 1 Centro Expo.
- Mejorar y ampliar arbolado y jardinería urbanos.
- Resolver el problema de las inundaciones en toda la zona, por medio de un drenaje profundo.

**Figura 298**  
**ZET 9: CORREDORES PRIORITARIOS**

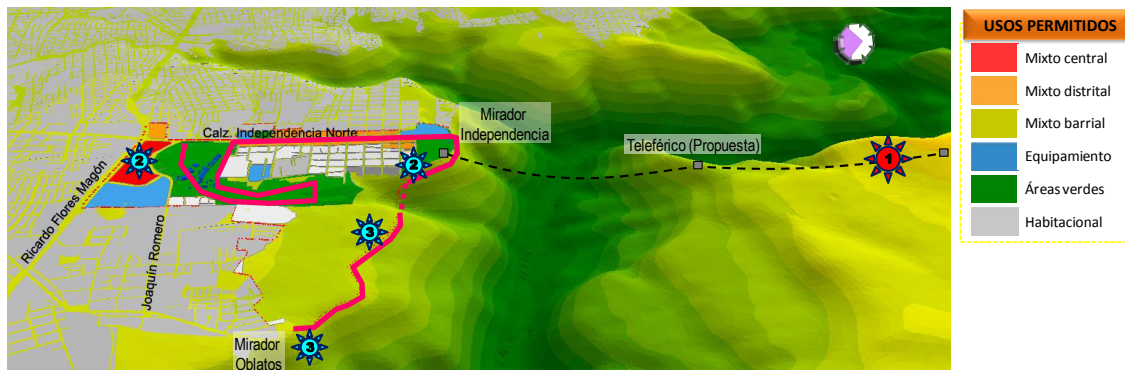


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

#### 4.5.1.9. ZET 10: Miradores (Guadalajara)

Figura 299

#### ZET 10: USOS DE SUELO PERMITIDOS

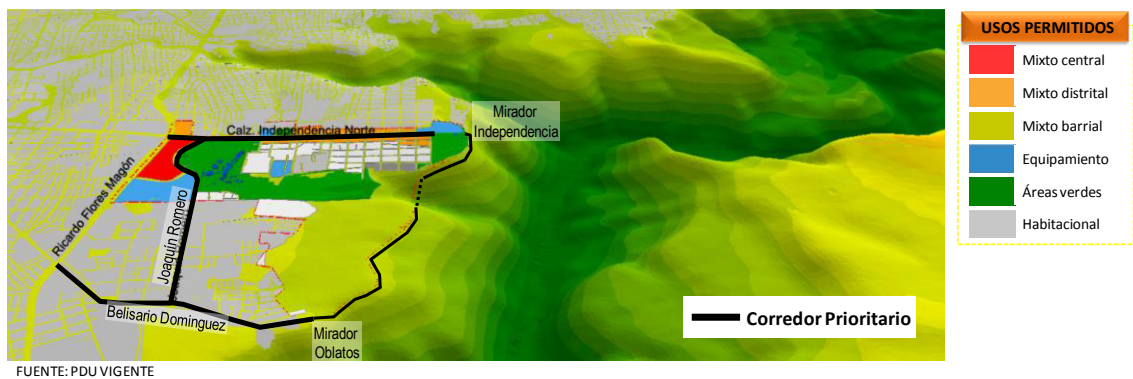


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Integración del circuito de transporte público que conecte Parque Mirador Independencia - Zoológico - Mirador Oblatos.
- Mejoramiento integral de Belisario Domínguez: Banquetas, alumbrado, señalización, arbolamiento.
- Mejoramiento integral del Parque Mirador Independencia.
- Construcción del Sendero Panorámico del Desfiladero en su tramo desde el Parque Mirador Independencia hasta terminar el puente colgante.
- Gestión en el Mirador Oblatos de un estacionamiento público y una terminal de transporte pública digna.
- Control estricto del crecimiento urbano hacia la Barranca, del lado de Guadalajara y del lado opuesto.



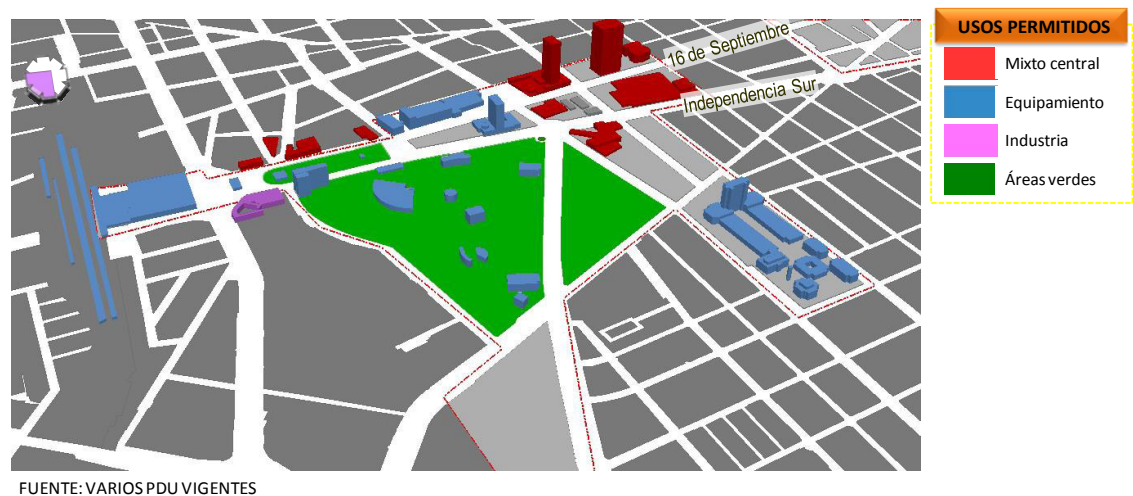
**Figura 300**  
**ZET 10: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

#### 4.5.1.10. ZET 11: Agua Azul (Guadalajara)

**Figura 301**  
**ZET 11: USOS DE SUELO PERMITIDOS**



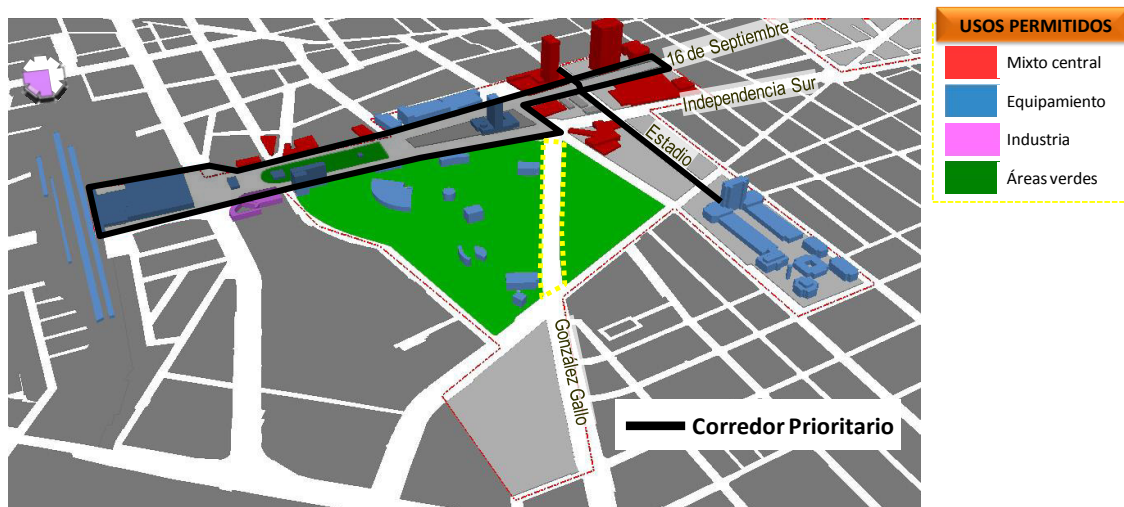
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.



- Integración peatonal de toda la zona: Modernización y ampliación de banquetas (especialmente en Estadio); Elementos de protección en cruces peatonales; Reductores de velocidad frente a los teatros; Señalización de sendas seguras.
- Rediseño de la Plaza de la Estación, con estacionamiento subterráneo.
- Construcción de otros estacionamientos en puntos estratégicos en la zona.
- Gestión de un paso subterráneo en González Gallo, unificando el Parque Agua Azul.
- Renovación y multiplicación del Arte Urbano.
- Colocación de estelas de información.
- Mejora y ampliación del arbolado urbano.
- Mejoramiento de fachadas en los paramentos.

**Figura 302**

**ZET 11: CORREDORES PRIORITARIOS**

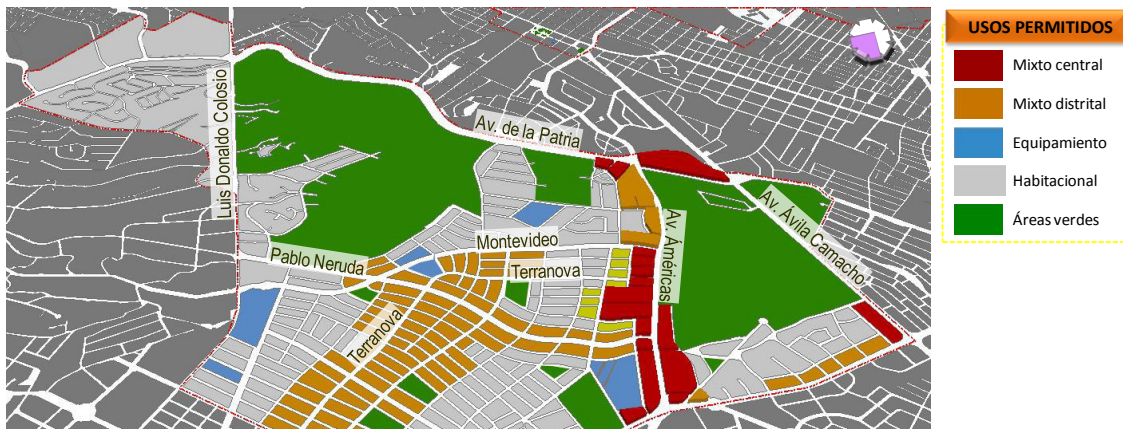


FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

#### 4.5.1.11. ZET 12: Providencia – Colomos (Guadalajara / Zapopan)

Figura 303

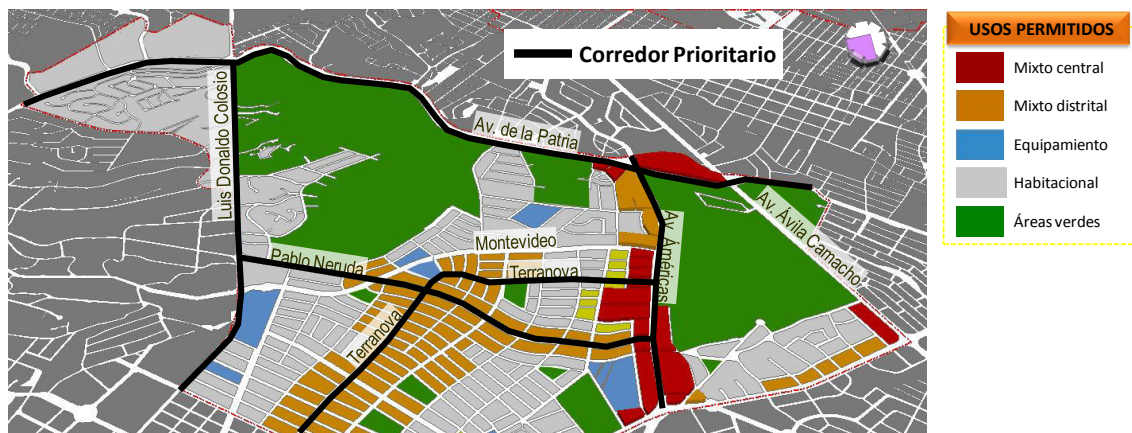
#### ZET 12: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Fomentar el uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla.
- Colocar señalización vial clara, enfocada también en atractivos turísticos de la zona.
- Definir sendas seguras y una red de andadores entre parques: Señalización clara.
- Señalar sitios de taxis cercanos a los atractivos.
- Identificar e implementar una pista de carrera de mediana distancia (5,000 m) en la zona: Traza por camellones, banquetas ampliadas y parques; Carpeta especial; Señalización específica.
- Mejorar y ampliar el arbolado urbano

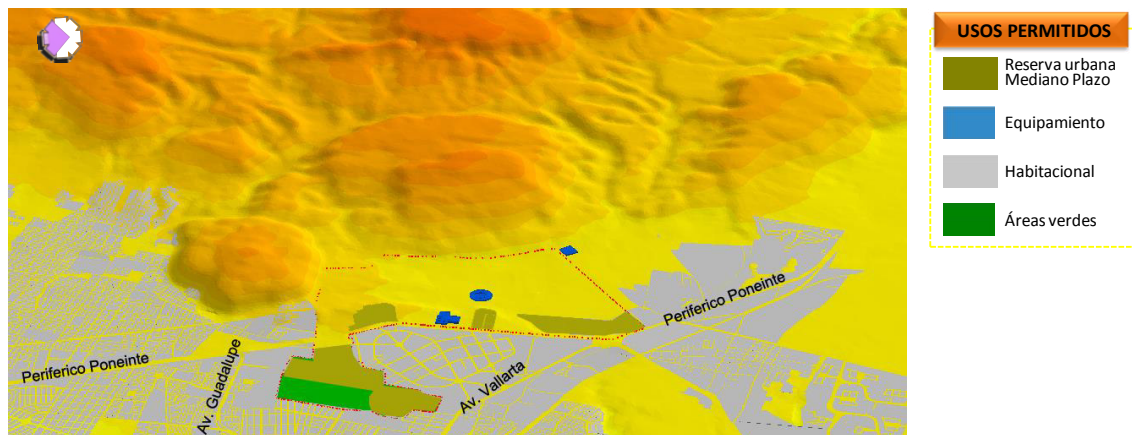
**Figura 304**  
**ZET 12: CORREDORES PRIORITARIOS**



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

#### 4.5.1.12. ZET 13: JVC – Metropolitano (Zapopan)

**Figura 305**  
**ZET 13: USOS DE SUELO PERMITIDOS**



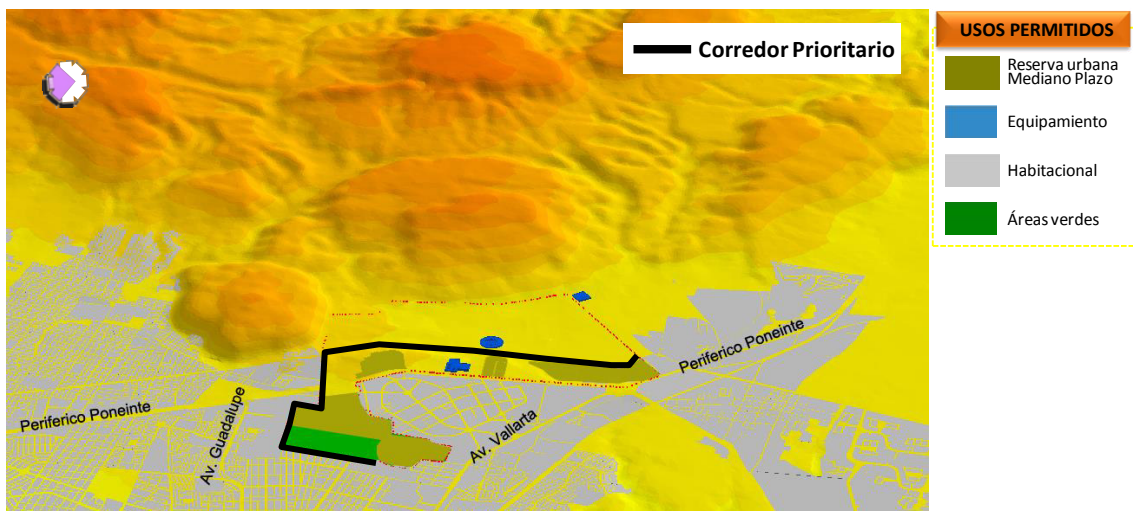
FUENTE: CEURA S.A. de C.V.

- Ampliar la cobertura con el transporte público a la ZET y a su interior, especialmente durante fines de semana y eventos.

- Mejorar y ampliar el arbolado urbano.
- Definir sendas seguras: Señalización clara.
- Identificar e implementar una pista de carrera de mediana distancia (10,000 m) en la zona.
- Señalar sitios de taxis cercanos a los atractivos.
- Fomentar el uso de bicicletas e implementar ciclo-carriles vinculados a Bikla, especialmente en los cruces de Av. Vallarta – Periférico, Av. Aviación – Bajío y Vallarta – Bajío.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 13, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

**Figura 306**  
**ZET 13: CORREDORES PRIORITARIOS**



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



#### 4.5.1.13. ZET 14: Santuario de los Mártires (Tlaquepaque)

Figura 307

#### ZET 14: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Definir un amplio corredor peatonal entre las estaciones del tren ligero y el Santuario.
- Ampliar la terminal del tren ligero en una terminal multimodal de transporte público, con estacionamiento.
- Controlar estrictamente el crecimiento urbano en la zona de los cerros.
- Reforestar los cerros.
- Mejorar y ampliar el arbolado urbano.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 14, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

**Figura 308**  
**ZET 14: CORREDORES PRIORITARIOS**



FUENTE: VARIOS PDU VIGENTES

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



#### 4.5.1.14. ZET 15: Aeropuerto 2050 (Tlajomulco)

Figura 309

#### ZET 15: USOS DE SUELO PERMITIDOS



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

- Apertura de la zona de desarrollo propuesta para servicios: Oferta hotelera, restaurantera, oficinas.
- Vinculación directa con una cinta transportadora con techo, o un shuttle individual entre el aeropuerto y la zona de desarrollo propuesta.

NOTA: Por lo incipiente del desarrollo de la ZET 15, no se pueden hacer recomendaciones más específicas.

---

## **4.6. Modelo de Ordenamiento Turístico Territorial**

---

### **4.6.1. Metodología**

El modelo de ordenamiento Turístico Territorial, se basa en los postulados de la Ley General de Turismo<sup>2</sup>; que establece un ordenamiento turístico congruente con los Ordenamientos Ecológicos vigentes en la zona. Por lo tanto para obtener el Modelo de Ordenamiento Turístico de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), se han considerado los siguientes criterios:

- Identificación y localización de los Recursos Turísticos en ZMG divididos en:
  - Sitios Naturales.
  - Museos, manifestaciones históricas y culturales.
  - Folklore.
  - Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
  - Acontecimientos programados.
- Ubicación de zonas con políticas y criterios de aprovechamientos turístico y urbano en los Modelos de Ordenamientos Ecológicos Territoriales (MOET) Estatal y local vigente.
- Análisis de pendientes con el objetivo de preservar las áreas de recargas hidrológicas y conservar las áreas naturales (zonas menores a 25% de pendiente).
- Ubicación y determinación de zonas de valor ambiental con el objetivo de preservar.
- Determinar la vocación turística de cada zona

---

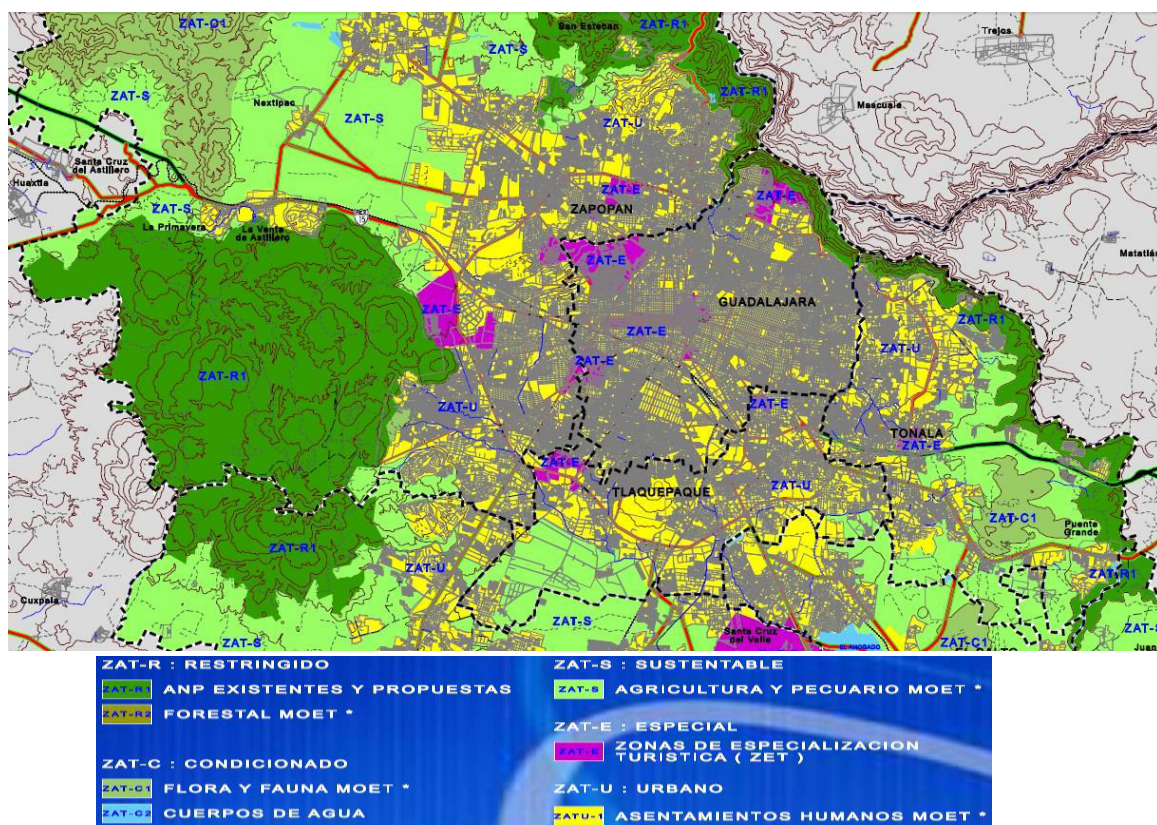
<sup>2</sup> Para mayor información de la Ley, consultarlo en el cap. 1 “Recopilación y Análisis de Información “de este programa.

#### 4.6.2. Zonas de Aprovechamiento Turístico (ZAT)

Una vez aplicado los criterios anteriores, se procedió a determinar las Zonas de Aprovechamiento Turístico (ZAT) (no confundir con las Zonas de Especialización Turística ZET), quedando de la siguiente manera:

Para mayor información, véase Plano E3.

**Figura 310**  
**MODELO DE ORDENAMIENTO TURÍSTICO TERRITORIAL**  
**(PLANO E3)**



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

#### **4.6.2.1. ZAT-R: Restringido**

Las ZAT-R son zonas de alto valor ecológico por lo que la actividad turística solo puede realizarse bajo restricciones.

- **ZAT-R1: Áreas Naturales Protegidas declaradas y propuestas**  
Se permite actividad turística de mínimo impacto y de carácter restringido. Cualquier construcción de obras o infraestructura requerirá de forma obligatoria el permiso de la SEMADES (ahora: SEMADET) en forma de una Manifestación de Impacto Ambiental MIA.
- **ZAT-R2: Zonas Forestales (MOET)**  
Se permiten construcciones sustentables y de mínima densidad. Se permite actividad turística de carácter ecoturístico y de aventura. Es obligatorio respetar lo definido en los programas de manejo respectivos.

##### **4.6.2.1.A Localización**

Se ubican en las partes altas de cerros, sierras, lomeríos, destacando especialmente el Área de Protección de Flora y Fauna Bosque Primavera. También incluye los grandes escurrimientos, especialmente la Barranca del Río Santiago, y otros sitios relevantes naturales a conservar.

##### **4.6.2.1.B Características Generales**

Se determinó que áreas con más de 25% de pendiente que tendrán escasa actividad turística de carácter restringido y solo relacionadas con el turismo de naturaleza con base a las políticas y usos de suelo del Ordenamiento Ecológico de Jalisco y los Programas de Ordenamiento Ecológico Locales.

##### **4.6.2.1.C Actividades turísticas permitidas**

En las ZAT-R se permitirán las siguientes actividades turísticas:

- Avistamiento de Fauna, de preferencia con guía comunitario
- Avistamiento de Flora, de preferencia con guía comunitario
- Observación de Ecosistemas
- Observación Geológica
- Safari Fotográfico

- Senderismo interpretativo
- Participación en Proyectos de Investigación Biológica
- Baños termales
- Turismo de aventura en áreas restringidas
- Escalada/Alpinismo
- Montañismo
- Caminata / Trecking
- Actividades acuáticas (Río Santiago)
- Exploración de cañones y barrancas con guías

#### **4.6.2.2. ZAT-C: Condicionado**

La ZAT-C son zonas de valor ecológico por lo que la actividad turística solo puede realizarse bajo ciertas condiciones.

Se permite una baja actuación turística para no alterar el medio natural, respetando su capacidad de carga. Es obligatorio realizar estudios de impacto ambiental para los productos turísticos propuestos.

- **ZAT-C1: Zonas de Flora y Fauna (MOET)**
- **ZAT-C2: Cuerpos de Agua**

##### **4.6.2.2.A Localización**

Las ZAT-C se ubican en las partes altas y zonas cerriles de los municipios de Zapopan y Tlajomulco. También incluyen a diversos cuerpos de agua en los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque, El Salto y Tlajomulco.



#### **4.6.2.2.B Actividades turísticas permitidas**

Se sugieren las siguientes actividades de bajo impacto que se pueden desarrollar en las ZAT-C:

- Entorno natural (Relajamiento y salud)
- Avistamiento de Fauna con guía comunitario
- Avistamiento de Flora con guía comunitario
- Observación de Ecosistemas
- Observación Geológica
- Observación Sideral con guías comunitarios
- Safari Fotográfico
- Senderismo interpretativo
- Participación en Programas de Rescate de Flora y/o Fauna
- Cabalgata
- Escalada/Alpinismo
- Montañismo
- Ciclismo de montaña
- Caminata / Trecking
- Turismo cinegético

#### **4.6.2.3. ZAT-S: Sustentable**

Se permiten actividades y productos predominantemente turísticos para aprovechar de forma sustentable el potencial de los recursos naturales y culturales.

- **ZAT-S: Zonas Agrícolas y Pecuarias (MOET)**

##### **4.6.2.3.A Localización**

Las ZAT-S se ubican de acuerdo con el MOET en la parte central del Municipio de Zapopan, una parte en el poniente de Tlaquepaque, una franja en el sur de Juanacatlán, así como gran parte de Tlajomulco.

#### **4.6.2.3.B Características Generales**

Son zonas de regular actuación turística de acuerdo al potencial detectado para variados segmentos turísticos (turismo de naturaleza, turismo deportivo, Premium, especializado, salud y turismo para todos).

#### **4.6.2.3.C Actividades turísticas permitidas**

En las ZAT-S se permitirán las siguientes actividades turísticas:

- Golf
- Golf campestre
- Práctica de golf
- Rural (Relajamiento y salud)
- Entorno natural (Relajamiento y salud)
- Masajes y terapias técnicas tradicionales y prehispánicas
- Tratamientos especializados en salud y belleza
- Baños termales
- Avistamiento de Fauna con guía comunitario
- Avistamiento de Flora con guía comunitario
- Observación de Ecosistemas
- Observación Geológica
- Talleres de educación ambiental recreativa
- Observación Sideral con guías comunitarios
- Safari Fotográfico
- Senderismo interpretativo
- Participación en Programas de Rescate de Flora y/o Fauna
- Tirolesa
- Paracaidismo
- Paseo en trineo
- Viaje en Globo Aerostático
- Vuelo en Ultraligero
- Gocha / Paintball
- Vivencias místicas

- Talleres gastronómicos
- Talleres artesanales
- Festivales
- Ferias
- Fiesta civiles y culturales
- Fiestas patronales y rituales
- Viajes de incentivos
- Turismo tradicional
- Resort
- Desarrollo inmobiliario
- Fines de semana largos
- Familiar
- Jóvenes

#### **4.6.2.4. ZAT-E: Especial**

Se permiten actividades y productos predominantemente turísticos, en base al potencial de los segmentos identificados a cada zona de especialización turística.

- **ZAT-E: Zonas de Especialización Turística**

##### **4.6.2.4.A Localización**

Las ZAT-E son idénticas con las 15 Zonas de Especialización Turística identificadas en este estudio (véase Cap. 2.3.5, pág. 328).

##### **4.6.2.4.B Características Generales**

Se determinó como una zona con mayor actuación urbano -turístico de acuerdo al potencial detectado (Turismo Premium, Turismo Cultural, Turismo de Congresos y Convenciones, Turismo de Reunión de Negocios, Turismo para Todos, Turismo para segmentos especiales). Las actividades e infraestructuras turísticas deberán respetar las políticas y normatividad vigente en los planes de desarrollo urbano respectivos.

#### **4.6.2.4.C Actividades turísticas permitidas**

En las ZAT-E se permitirán las siguientes actividades turísticas:

- Práctica de golf
- Rural (Relajamiento)
- Entorno natural (Relajamiento y salud)
- Masajes y terapias técnicas tradicionales y prehispánicas
- Tratamientos especializados en salud y belleza
- Baños termales
- Talleres de educación ambiental recreativa
- Cabalgata
- Tirolesa
- Caminata / Trecking
- Triatlón
- Paracaidismo
- Gocha / Paintball
- Vivencias místicas
- Talleres gastronómicos
- Etnoturismo
- Talleres artesanales
- Visita a tradiciones, patrimonio histórico y monumentos
- Arquitectura civil y patrimonial
- Visita a santuarios religiosos
- Peregrinaciones
- Visita a Centros Históricos
- Visita a restaurantes típicos
- Festivales
- Ferias
- Fiesta civiles y culturales
- Fiestas patronales y rituales
- Congresos
- Convenciones

- Viajes de incentivos
- Ferias y exposiciones
- Turismo tradicional
- Resort
- Desarrollo inmobiliario
- Turismo para hispanos
- Turismo fronterizo
- Turismo para retirados
- Turismo cinegético

#### **4.6.2.5. ZAT-U: Urbano**

Se permiten toda clase de actividades urbanas y turísticas, en base a los lineamientos de planeación urbana vigente en la zona.

- **ZAT-U: Áreas urbanas y Reservas urbanas**

##### **4.6.2.5.A Localización**

Las ZAT-U se ubicaran en las zonas urbanas y reservas urbanas identificadas en la normatividad vigente de los planes de desarrollo urbano.

##### **4.6.2.5.B Características Generales**

Se determinó como una zona con mayor actuación urbano -turístico de acuerdo al potencial detectado (turismo cultural, congreso y convenciones, turismo para todos, turismo para segmentos especiales), con base al Plano o Programa de Desarrollo Urbano y las políticas de acuerdo a la zona.

##### **4.6.2.5.C Actividades turísticas permitidas**

En las ZAT-U se permitirán las siguientes actividades turísticas:

- Golf
- Golf campestre
- Práctica de golf
- Rural (Relajamiento y salud)



- Entorno natural (Relajamiento y salud)
- Masajes y terapias técnicas tradicionales y prehispánicas
- Tratamientos especializados en salud y belleza
- Baños termales
- Talleres de educación ambiental recreativa
- Participación en Proyectos de Investigación Biológica
- Cabalgata
- Tirolesa
- Caminata / Trecking
- Triatlón
- Paracaidismo
- Gotcha / Paintball
- Vivencias místicas
- Talleres gastronómicos
- Etnoturismo
- Talleres artesanales
- Visita a tradiciones, patrimonio histórico y monumentos
- Arquitectura civil y patrimonial
- Visita a santuarios religiosos
- Peregrinaciones
- Visita a Centros Históricos
- Visita a restaurantes típicos
- Festivales
- Ferias
- Fiesta civiles y culturales
- Fiestas patronales y rituales
- Congresos
- Convenciones
- Viajes de incentivos
- Ferias y exposiciones
- Turismo tradicional
- Resort
- Desarrollo inmobiliario
- Turismo para hispanos
- Turismo para retirados

---

## **4.7. Imagen Urbana**

---

Para mayores informes acerca de las acciones prioritarias propuestas para cada Zona de Especialización Turística (ZET) en términos de imagen urbana y urbanismo, véase Cap. 4.5, pág. 737.

---

## **4.8. Vialidad y Transporte**

---

Véase también Planos E5a y E5b.

La estrategia de vialidad y transporte retoma los principales planteamientos existentes para el mejoramiento de la funcionalidad, eficiencia y conectividad del sistema de movilidad (vialidad y transporte) en la Zona Metropolitana de Guadalajara, que se complementan con algunas acciones nuevas, específicas para el contexto turístico.

El planteamiento básico parte de que el turista utilice de forma autónoma los diferentes medios de transporte que conforman el sistema de movilidad urbana de la ZMG, identificando la mezcla específica para cumplir sus necesidades y basándose sobre todo en medios de movilidad lenta y en el transporte público.

Se plantean 5 ejes estratégicos:

- Priorización de la movilidad lenta:  
Peatones, bicicletas y otros.
- Ampliación del sistema de transporte público:  
Macrobus (o un sistema equivalente), tren ligero y otros.
- Complementación del sistema vial existente:  
Nuevo libramientos, interconectar vialidades y pasos a desnivel.
- Instauración de un sistema de transferencia turística:  
Centrales de transferencia de transporte turístico.
- Creación de medios de transporte turístico recreativo:  
Teleférico, funicular, tren turístico y minitren turístico.

#### 4.8.1. Priorización de la movilidad lenta

La movilidad lenta es por excelencia el medio de los turistas. Ninguna otra manera de moverse permite conocer una ciudad de forma tan auténtica, directa y detenida. Se propone por ello fortalecer las zonas peatonales en aquellas áreas donde se concentran los atractivos, las ZET. Para ello se retoman las propuestas realizadas en el marco del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada para el Área Metropolitana de Guadalajara.

**Figura 311**

#### **ZONAS DE ACCESIBILIDAD PREFERENCIAL PEATONAL**

##### **GUADALAJARA (PLANO E5a)**



FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con información del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada para el Área Metropolitana de Guadalajara

De especial interés es la definición de zonas peatonales, pero igual de importante es la creación de sendas seguras, corredores con facilidades para los peatones como banquetas niveladas y anchas, señalización específicamente turística, iluminación continua, cámaras de vigilancia con botones de pánico en puntos estratégicos, presencia visible y continua de fuerzas de seguridad, placas explicativas en atractivos turísticos, etc.

Estas sendas prioritariamente deben dirigirse por las rutas turísticas y los corredores prioritarios definidos arriba (véase Cap. 4.4.11, pág. 718, y Cap. 4.5, pág. 737).

Un ejemplo para ello también es la propuesta del Andador Panorámico de la Barranca, entre el Parque Independencia y el Parque Mirador Oblatos Huentitán (Puerta de la Barranca). Este sendero de un total de 3.4 km incluiría un puente colgante de 470 m frente al Zoológico de Guadalajara.

**Figura 312**

**PROPUESTA DEL ANDADOR PANORÁMICO DE LA BARRANCA**



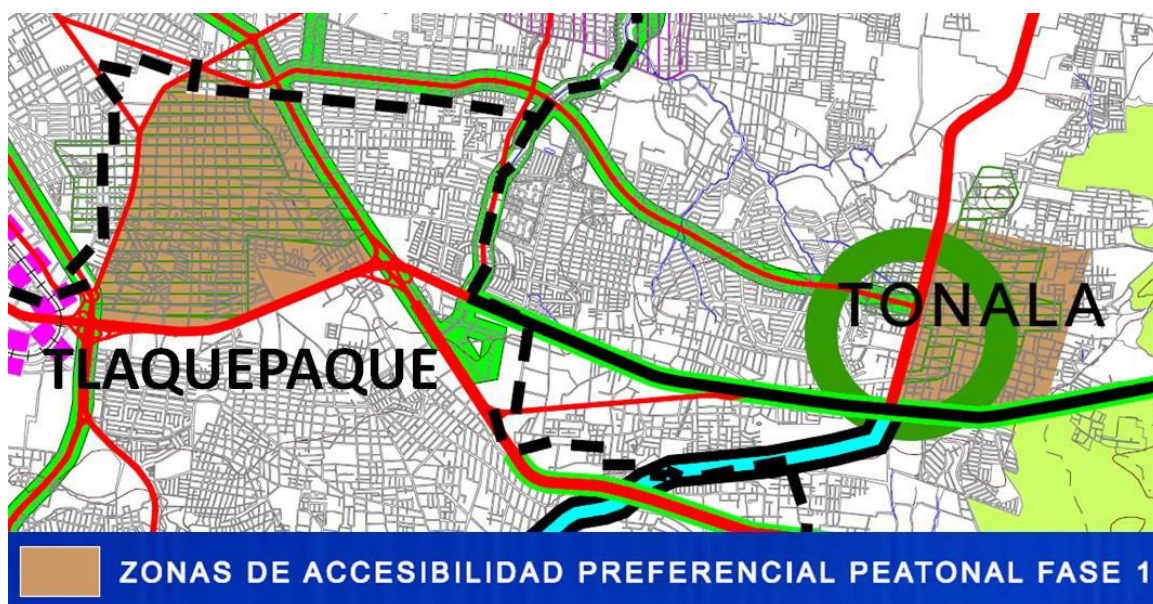
FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth



El andador podría convertirse en un atractivo adicional para personas interesadas en la observación del medio ambiente, y creará sinergias entre los dos parques urbanos existentes, el zoológico y sobre todo posibles proyectos futuros, como el Proyecto Detonador “La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico” (véase Cap. 7.2.11, pág. 893), y los Proyectos Estratégicos “Clorofila – Jardín Botánico de la Barranca” (véase Cap. 7.2.12, pág. 896), “MAMO – Museo de Arte Moderno de Guadalajara” (véase Cap. 7.2.13, pág. 899), así como “Adrenalina – Parque de Aventura Vertical” (véase Cap. 7.2.14, pág. 901) alrededor del funicular existente.

**Figura 313**

**ZONAS DE ACCESIBILIDAD PREFERENCIAL PEATONAL**  
**TLAQUEPAQUE Y TONALÁ (PLANO E5a)**



**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V. con información del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada para el Área Metropolitana de Guadalajara

Un complemento ideal de la movilidad peatonal es la bicicleta, especialmente en áreas urbanas poco compactas como la de Guadalajara, con distancias considerables entre las diferentes zonas y sus respectivos atractivos.

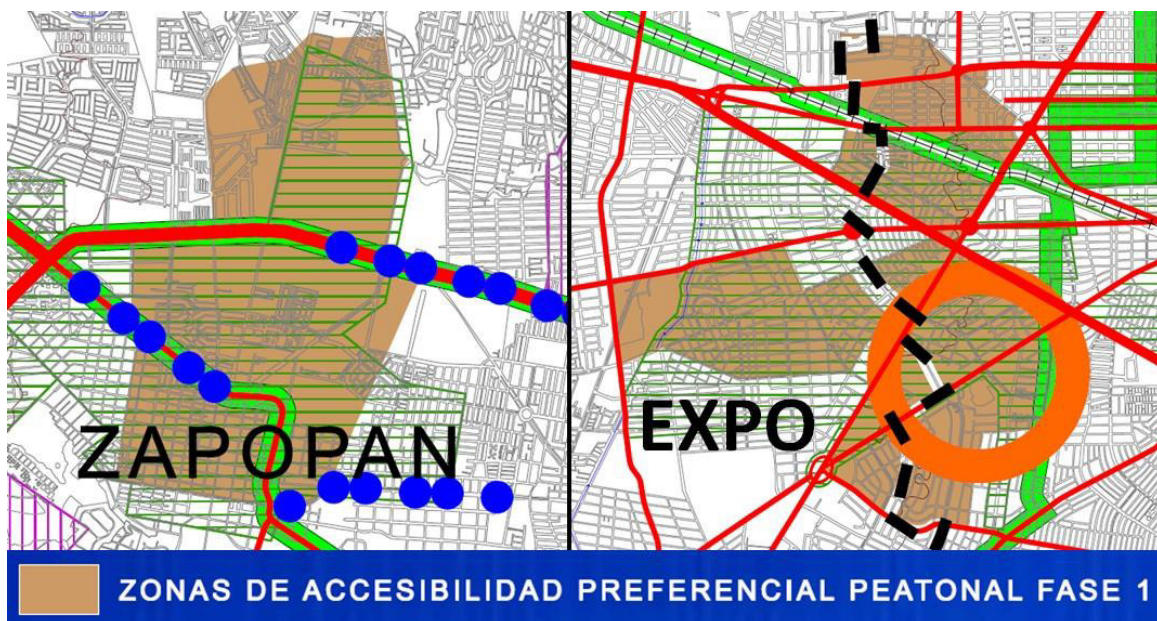
El uso de la bicicleta está popularizándose en México en los últimos años, y en diferentes ciudades están realizándose acciones enfocadas para aumentar su participación en el reparto modal de los diferentes medios de transporte, entre ellas también Guadalajara.

Para que el turista pueda usar la bicicleta, es indispensable crear un sistema amigable para su renta o prestación, diseñado como un sistema de transporte urbano individual en bicicletas que complemente la red de transporte público. Bikla en Guadalajara o Ecobici en el D.F. son dos ejemplos para ello, pero es importante mencionar también otros sistemas más locales que ofrecen bicicletas gratis dentro de un área restringida.

**Figura 314**

**ZONAS DE ACCESIBILIDAD PREFERENCIAL PEATONAL**

**ZAPOPAN Y ZONA EXPO (PLANO E5a)**



**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V. con información del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada para el Área Metropolitana de Guadalajara

El sistema de bicicletas debe contar con suficiente cobertura en las Zonas de Especialización Turística, y su accesibilidad debe ser muy fácil (especialmente la obtención del permiso) y a un costo bajo.

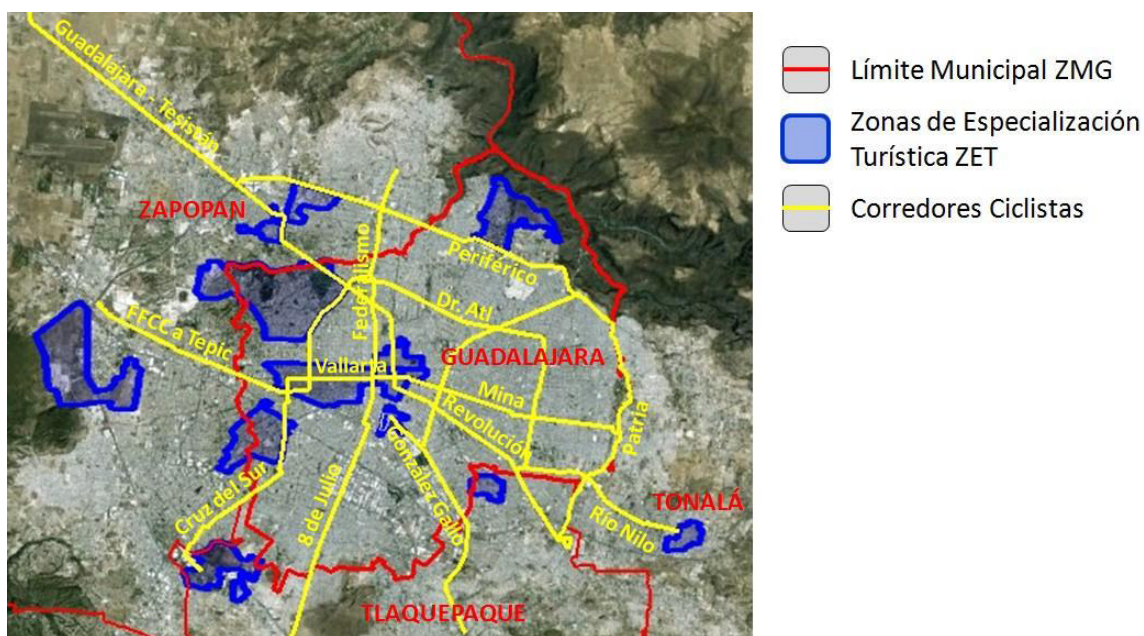


Su amplia difusión debe estar garantizada, sobre todo en los medios de comunicación turística, tanto impresos (folletos y mapas en módulos de información) como digitales (mapas digitales, apps y juegos de datos para GPS).

Para que el sistema tenga éxito en el ámbito turístico sin embargo es decisivo que se cuente también con una red de ciclovías y espacios de circulación seguros y exclusivos para bicicletas. Aparte de que muchas personas están dispuestas a realizar hazañas en sus vacaciones que en su contexto cotidiano normalmente no se atreven, el turista no quiere arriesgarse en sus vacaciones y menos todavía al no conocer un destino.

Esta red de ciclovías de preferencia debe ser congruente con las zonas peatonales propuestas arriba (zonas peatonales libres para bicicletas, o con áreas de circulación definidas aparte), para garantizar la viabilidad a corta distancia y la complementación entre los dos modos de movilidad lenta. Para impulsar el uso de la bicicleta también más allá de los límites de cada ZET será importante contar con ciclovías de interconexión que las vinculen de forma segura, los llamados “Corredores Ciclistas”.

**Figura 315**  
**CORREDORES CICLISTAS (PLANO E5a)**



**FUENTE:** CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth y con información del Plan Maestro de Movilidad Urbana No Motorizada para el Área Metropolitana de Guadalajara

Naturalmente las estaciones del sistema de bicicletas tienen que estar localizadas en las inmediaciones de paradas del transporte público, a fin de fomentar la intermodalidad con este último.

**Figura 316**

**MEDIOS DE MOVILIDAD TURÍSTICA LENTA**



FUENTE: Google Images

Finalmente hay que destacar que la movilidad a pie y en bicicleta solamente son dos posibles maneras cómo los turistas puedan conocer una ciudad de forma lenta y detenida. Cada día surgen nuevos medios de movilidad lenta mientras que persiste su denominador común: La necesidad de espacios exclusivos para la movilidad lenta.

**Figura 317**

**MEDIOS DE MOVILIDAD TURÍSTICA LENTA**



FUENTE: Google Images

#### **4.8.2. Ampliación del sistema de transporte público**

El éxito de los medios de movilidad lenta depende en gran medida de la existencia de un sistema de transporte público de amplia cobertura y fácil acceso. La interconexión entre los dos sistemas debe ser muy estrecha y con un mínimo de obstáculos para su uso paralelo.

Teniendo en vista las necesidades específicas de los turistas, es esencial que se cuente con información pertinente en cada parada de transporte público. Más allá de la información necesaria para todos los usuarios, en las estaciones ubicadas dentro de una ZET debe incluirse adicionalmente un mapa turístico con las indicaciones acerca de su ubicación relativa a la ruta turística de la ZET así como los atractivos cercanos.

Lo que sin embargo es básico para que el turista use el transporte público es contar con una red densa de líneas que cubran el interior las ZET así como su interconexión entre ellas. El sistema debe ser moderno y eficiente, y debe contar con un manejo profesional de su imagen que trasmita al usuario turista que su uso es la forma más fácil de desplazarse dentro de la Zona Metropolitana.

Con todo lo anterior, en el marco del presente Programa se apoyan decididamente los proyectos de ampliación de los sistemas de transporte público, especialmente de la Red Macrobús (o un sistema equivalente) y del Tren Ligero.

Además de los proyectos de ampliación existentes se proponen varias líneas adicionales de Macrobús (o un sistema equivalente), así como una prolongación del Tren Ligero, con la idea de integrar los referentes turísticos de gran importancia (atractivos, zona hotelera, espacio para eventos, centrales camioneras) directamente a la red de transporte público moderno. En concreto se trata de las siguientes:

- **Macrobús - Propuesta Línea A:**  
Para integrar el Centro Histórico de Tlaquepaque a la Red Macrobús. No previsto en el proyecto original, pero esencial para vincular la ZET 2 como atractivo ancla con el aeropuerto y las demás ZET.
- **Macrobús - Propuesta Línea B:**  
Para vincular la zona del Centro Cultural Universitario y el Centro Histórico de Zapopan con la zona de la Expo y el Santuario de los Mártires. No previsto en el proyecto original, pero esencial para crear una vinculación directa e inmediata entre la zona hotelera más importante de la ZMG (Expo) con la zona de eventos en Zapopan (CCU), así como para vincular el atractivo religioso principal (Zapopan) con el segundo más importante en el futuro (Mártires). La Línea B

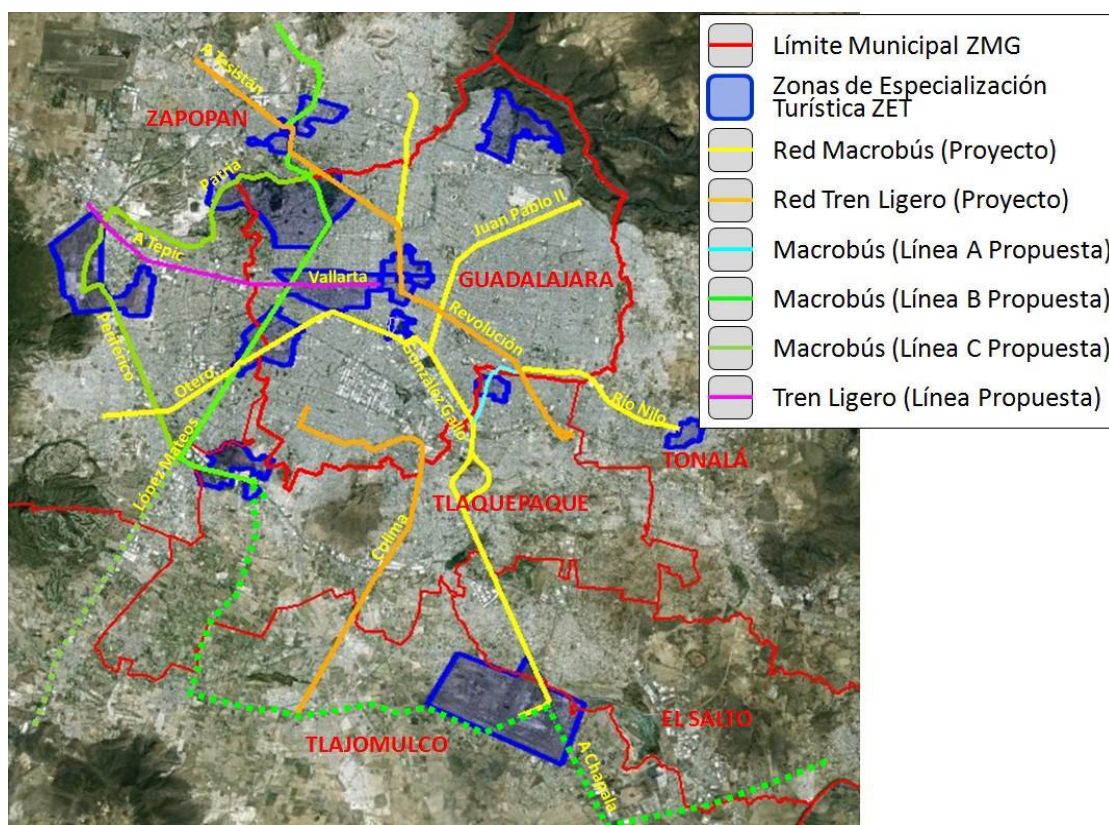


podrá prolongarse hacia las nuevas urbanizaciones en Tlajomulco y El Salto, pasando por el aeropuerto.

- **Macrobus - Propuesta Línea C:**  
Para integrar a la Red Macrobus el Centro J.V.C., el Estadio 3 de Marzo, la zona de Puerta de Hierro / Andares, Bosque Los Colomos y Plaza Patria. La línea podrá prolongarse hacia Tlajomulco.
- **Tren Ligero - Propuesta prolongación Línea 2:**  
De Juárez a Central Camionera Nuevo Milenio Zapopan (actual PreTren).

**Figura 318**

## RED DE TRANSPORTE PÚBLICO (PLANO E5a)



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

### **4.8.3. Complementación del sistema vial existente**

La red vial de la ZMG es la base para la movilidad urbana, incluyendo la turística. Su diseño eficiente, su mantenimiento continuo y su perfeccionamiento son tareas indispensables para que pueda cumplir su función.

La eliminación de cruces a nivel en las vialidades metropolitanas y su sustitución por pasos a desnivel es una medida eficiente para lograr un flujo vehicular continuo. La creación de tramos a desnivel (deprimidos) adicionalmente es una manera de crear espacios viales tranquilizados y elevar la calidad urbana. Los tramos a desnivel se han implementado en varios lugares de la ZMG y se ha demostrado su funcionalidad así como su viabilidad técnica y financiera.

Se retoma la idea de los tramos a desnivel para dos puntos neurálgicos del sistema turístico metropolitano: Frente a la Expo y en la zona del tianguis artesanal en Tonalá.

El primer tramo a desnivel en la zona de la Expo será el elemento vinculatorio entre la Expo y el Proyecto Detonador 1: Centro Expo del otro lado de la Avenida Mariano Otero (véase Cap. 7.3.1, pág. 917). Con la puesta a desnivel de los 4 carriles centrales y la reducción de los carriles a nivel de la superficie a solo 2 en cada sentido, se permitirá la ampliación de los espacios peatonales y la definición de carriles confinados para la Red Macrobús (o un sistema equivalente) así como ciclocarriles.

**Figura 319**

#### **VISUALIZACIÓN DE LA ENTRADA A LA EXPO CON TRAMO A DESNIVEL**



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



Figura 320

**TRAMO A DESNIVEL CENTRO EXPO**



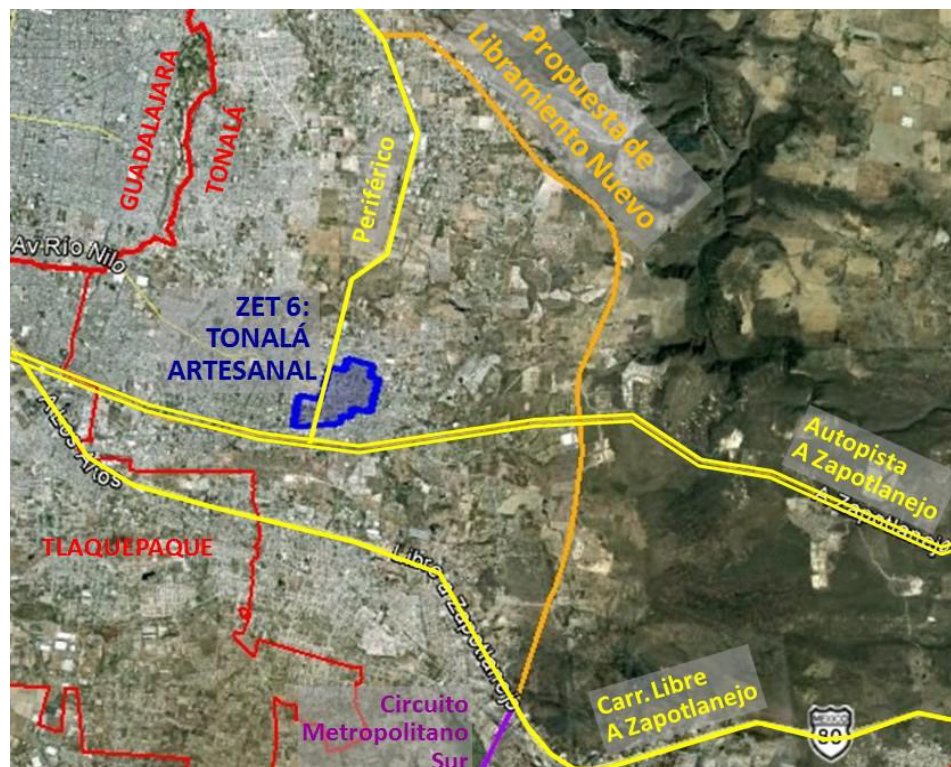
FUENTE: CEURA S.A. de C.V. con base a Google Earth

En Tonalá la situación es más grave aún que en el caso de la Expo. Actualmente fluye una gran cantidad de vehículos de origen y destino metropolitano o regional por esta zona claramente habitacional y comercial, por falta de un libramiento adecuado al Periférico. Los días cuando se realiza el Tianguis Artesanal de Tonalá (jueves y domingo) esta situación se agudiza más todavía, ya que se cierran los carriles laterales sur-norte, y se atraen grandes cantidades de vendedores, comerciantes y visitantes al tianguis, lo que provoca un colapso vial.

Se propone por ello que se construya un libramiento nororiente en Tonalá, para desfogar el flujo de vehículos metropolitanos y regionales y evitar que tengan que cruzar la zona sensible del centro de Tonalá. Con ello se dará continuidad al periférico y se lo vinculará con la autopista a Zapotlanejo, la carretera libre a Zapotlanejo y el Circuito Metropolitano Sur.

**Figura 321**

**PROPUESTA DEL LIBRAMIENTO NORORIENTE DE TONALÁ (PLANO E5a)**



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



**Figura 322**  
**TRAMO A DESNIVEL TONALÁ**



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

La segunda medida para resolver el problema del tránsito en Tonalá será la creación de un tramo en desnivel en la zona donde se realiza el tianguis. En la misma zona también se propone la construcción del Proyecto Detonador 3: CREAT (véase Cap. 7.3.3, pág. 984). Gracias al tramo en desnivel y la liberación de los carriles centrales también podrá conducirse la línea del Macrobus (o un sistema equivalente) por esta zona, conectando el CREAT directamente con la Red Macrobus.

#### **4.8.4. Instauración de un sistema de transferencia turística**

Un síntoma de lo poco atractivo que es el sistema de transporte público para los turistas es la necesidad de los viajeros que llegan al aeropuerto internacional de contratar un taxi para moverse a su destino final en la ZMG. Debido a que la ampliación del sistema de Macrobus (o un sistema equivalente), que también prevé la inclusión del aeropuerto, en el mejor de los casos puede realizarse a mediano plazo, se propone como solución inmediata un sistema de transporte turístico basado en Centros de Transferencia de Transporte Turístico (CTTT).

Se visualizan inicialmente 2 de estos centros: Uno en el aeropuerto y otro frente a la Expo Guadalajara, en el corazón de la zona hotelera más importante de la ZMG. Este último será una parte importante del Proyecto Detonador 1: Centro Expo (véase Cap. 7.3.1, pág. 917) y podrá ser el primer elemento de su realización.

Se propone otro CTTT adicional a mediano plazo en el centro de Guadalajara como atractivo ancla de toda la ZMG. Para ello se sugiere la adaptación de la plaza comercial subterránea debajo de la Plaza Guadalajara, espacio comercial que nunca ha funcionado satisfactoriamente y nunca lo hará por no contar con un ancla fuerte que atraiga clientela. Con la conversión de parte de este espacio en una CTTT puede generarse un flujo adicional de personas, coadyuvando a la atracción de clientes. El acceso para los shuttles podrá generarse directamente desde el tramo subterráneo de la Calle Hidalgo.

Se plantea un sistema de autobuses ejecutivos (shuttles) que den el servicio de transporte a los viajeros entre las CTTT. En las centrales debe contarse con toda la información relevante para un viajero, concentrado en un Centro de Visitantes: Central de reservación a hoteles, arrendadoras de autos, agencia de viajes, contactos con guías, teléfonos y acceso a Internet, folletería y mapas turísticos, y sobre todo una atención personalizada, competente y multilingüe.

#### **4.8.5. Creación de sistemas de transporte turístico recreativo**

Actualmente existen varios productos exitosos de transporte turístico recreativo: Tapatío Tour, Tranvía Turístico, Tequila Express, Cuervo Express, y recientemente un nuevo telesillas al interior del Zoológico de Guadalajara. Se propone la ampliación de los sistemas de transporte turístico con los siguientes 4 elementos.

##### **4.8.5.1. Teleférico**

Se propone un nuevo elemento estrella de la oferta turística de la ZMG: Un teleférico panorámico que cruce la Barranca del Río Santiago, desde el Parque Independencia hasta un parque temático propuesto en el lado opuesto, el Proyecto Detonador 4: La Espuela – Teleférico y Parque Panorámico Familiar (para mayor información, véase Cap. 7.3.4, pág. 1009).

El teleférico en sí se convertirá en un atractivo, pero más importante aún, gracias al teleférico se pone en valor un recurso natural subaprovechado en el borde de la ciudad, vinculado excelentemente con la Red Macrobús. Se crearán sinergias con el MAMO (Museo de Arte Moderno de Guadalajara) y otros atractivos propuestos para la zona.

**Figura 323**

#### **IMAGEN OBJETIVO DEL TELEFÉRICO PANORÁMICO**



FUENTE: Google Images



#### **4.8.5.2. Funicular**

También el funicular se ubicará en la Barranca del Río Santiago, pero en el Parque Huentitán – Oblatos. De hecho ya existe la vía férrea que conecta una subestación de CFE en la cima del desfiladero con el pie de la barranca, donde se ubicaban instalaciones para la generación de energía. Gracias a la existencia de gran parte de la infraestructura, la puesta en valor del funicular para el turismo será vinculado a costos de inversión significativamente menores.

Con la posibilidad de utilizar el funicular para subir del fondo de la barranca nuevamente de regreso hasta la cima, se abre el paso para aprovechar las pendientes pronunciadas entre estos dos puntos para fines de deportes extremos, por lo que se propone la creación del Proyecto Estratégico 14: Adrenalina – Parque de Aventura Vertical (para mayor información, véase Cap. 7.2.14, pág. 901).

El funicular naturalmente también servirá para todas aquellas personas que quieran disfrutar de los atractivos naturales que ofrece la Barranca del Río Santiago y aprovechar este medio de transporte emblemático para superar la considerable diferencia de altura entre la cima y el fondo de cerca de 500 m.

**Figura 324**

#### **IMAGEN OBJETIVO DEL FUNICULAR**



FUENTE: Google Images

#### **4.8.5.3. Tren turístico**

Los dos trenes turísticos que vinculan a Guadalajara con la región de Tequila han resultado ser un éxito. Para poner en valor otro atractivo de las cercanías de la ZMG que históricamente también ha sido conectado por tren, se propone la creación del Tren Turístico a Chapala (“Chapala Express”).

Aunque la traza original de las vías colocadas en épocas del Porfiriato no es factible para convertirse en una vía de tren debido a que fueron desmanteladas hace muchos años, podrá resolverse este problema por medio de un viaje parcial en un tren verdadero de Guadalajara hasta Atequiza (41 km), donde los turistas tendrán que cambiarse a un medio de transporte terrestre tipo Tranvía Turístico que cubriría el tramo entre Atequiza y Chapala (23 km).

Para fortalecer la comerciabilidad del tren se sugiere ofrecer paquetes atractivos que combinen el viaje con una estancia en un hotel en Chapala y sus cercanías.

**Figura 325**

#### **PROPUESTA DEL “CHAPALA EXPRESS”**



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

#### **4.8.5.4. Trenecito turístico**

Actualmente no existe ningún trenecito turístico en Guadalajara. Se propone su instauración en un corredor peatonal de gran importancia para el Centro Histórico: El Corredor Loza – Colón, que vincula el Santuario de la Virgen de Guadalupe en el norte con el Templo de Nuestra Señora de Aranzazu en el sur, dejando como una opción atractiva su prolongación hasta la Plaza de las 9 Esquinas.

Se propone que este trenecito turístico no solamente sea un medio de transporte para turistas que parte de un punto y realiza un recorrido cerrado, sino que se convierta en un medio de transporte abierto al público general y de preferencia gratuito, que realice numerosas paradas a lo largo del corredor propuesto a fin de fomentar la movilidad urbana y con ello el aumento del atractivo del corredor para todas las personas.

Se sugiere por ello que el diseño del trenecito y su nombre no retomen necesariamente los estereotipos comunes en todo el mundo (véase imagen abajo), sino que se haga un intento de un diseño moderno hasta vanguardista, que sea compatible con la imagen del Corredor Loza – Colón como zona histórica pero al igual comercial y artística.

**Figura 326**

#### **TRENECITO TURÍSTICO TÍPICO**



FUENTE: Google Images



**Figura**

**TRANSPORTE TURÍSTICOS RECREATIVO: IMÁGENES OBJETIVO**



**FUENTE:** Google Images

---

## **4.9. Infraestructura, Servicios, Equipamiento Urbanos**

---

De acuerdo las estimaciones para el año 2030, la Zona Metropolitana de Guadalajara generara más de 120 mil empleos en el sector turístico (solo por actividades hoteleras), por lo que se incrementará la población de los siete municipios a un poco más de 550 mil de personas adicionales al crecimiento demográfico natural de cada uno de los municipios que en su conjunto sumarian para el año 2030 más de 5 millones de personas.

### **4.9.1. Zona Metropolitana de Guadalajara**

Se estima para el año 2030, la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), tendrá más de 5.6 millones de personas en los municipios que integran la ZMG.

El Municipio de Guadalajara concentrara una población de 2.4 millones de habitantes que representara el 42% de la población total, es decir que es importante implementar un programa de repoblamiento y aprovechar los inmuebles abandonas o no aprovechados para rehabilitarlo como viviendas.

Por otro lado el segundo y más importante en materia de crecimiento de la actividad turísticas en los últimos años, es el Municipio de Zapopan, el cual se estima que tendrá a más de 2 millones de pers., de las cuales 110 mil será atraídas solamente por las empleos que se generan de las actividades y productos turísticos.

El Municipio de Tlaquepaque, tendrá para el año 2030, a un poco más de 890 mil (16% de la población total) personas habitándolo, es por ello la importancia de contar con infraestructura y servicios urbanos adecuados al crecimiento e incorporar políticas de aprovechamiento de inmuebles en productos residenciales de baja densidad.

Con menos importancia debido a la lejanía con el centro de las actividades turísticas de la ZMG, son los Municipios de El Salto y Juanacatlán, sin embargo a largo plazo serán importantes debido al crecimiento de fraccionamientos que se han dado en los últimos tiempo, el cual demandaran servicios e infraestructura urbana, entre los dos municipios aportarán 243 mil habitantes al 2030.



Para el área de influencia que son los Municipios de Tlajomulco y Tonalá entre ambos aportaran más de 1.4 millones de pers., considerando políticas de re densificación y reciclamiento en la zona urbana actual para el Municipio de Tonalá, mientras que para el Municipio de Tlajomulco es necesario una política de ordenamiento y control de los fraccionamientos residenciales y de interés social con el objetivo de preservar las áreas de recargas acuíferas para las demandas futuras del vital líquido no solo de Tlajomulco sino de la ZMG.

**Cuadro 204**  
**CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO: NATURAL Y ADICIONAL**  
**POR ACTIVIDAD HOTELERA**

Municipio	Población	Crecimiento poblacional por periodo ( A )			Crecimiento poblacional por actividad hotelera (B)			Crecimiento poblacional Total (A+B)
	2010	2013	2018	2030	2013	2018	2030	2030
Zona de Estudio								
Guadalajara	1,795,189	1,838,130	1,909,699	2,081,465	228,009	256,940	357,012	2,438,477
Tlaquepaque	608,114	643,948	703,670	847,005	33,272	37,493	52,096	899,101
Zapopan	1,343,756	1,433,495	1,583,061	1,942,018	70,458	79,398	110,321	2,052,340
El Salto	138,226	151,183	172,779	224,609	1,957	2,205	3,064	227,673
Juanacatlán	13,218	13,624	14,301	15,926	0	0	0	15,926
Zona de Influencia								
Tlajomulco	416,626	464,536	544,386	731,058	4,893	5,514	7,661	738,719
Tonalá	478,689	514,772	574,909	726,098	10,764	12,130	16,855	742,953
Total	4,793,818	4,066,757	4,369,210	5,095,097	333,696	376,036	522,494	5,617,591

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

Para la población estimada al 2030, se requerirán de las siguientes dotaciones en materia de agua potable, tratamiento de aguas residuales, energía eléctrica, telefonía y generación de residuos sólidos:

#### **4.9.1.1. Agua Potable**

Las fuentes de abastecimiento de agua en la ZMG han sido un elemento importante para sustentar las actividades turísticas, económicas y urbanas, razón por la cual, se deben considerar los siguientes aspectos en sus diseños, con el objetivo de ser una zona sustentable en el cuidado del agua.

- • Implementar un Programa de Capacidad de Recuperación, de las fuentes de abastecimiento como el Lago de Chapala
- • Alejar las líneas de distribución de las redes de drenaje y de las raíces de árboles.
- • Prever un Programa a corto Plazo de sistemas de mantenimiento que evite pérdidas de agua
- • Se recomienda seleccionar de preferencia un sistema de distribución por gravedad o en su defecto mixto
- • Evitar el entubamiento de los escurrimientos
- • Complementar la infraestructura hidroagrícola del distrito de riego de Juanacatlán y El Salto, para aprovechar la capacidad del embalse y la tierra que originalmente se estimó; dando además el mantenimiento de la infraestructura.

En la primera etapa (2013), se prevé continuar con la explotación del acuífero en los 7 municipios que actualmente se realiza, para cubrir la demanda actual, es decir perforar pozos dentro o cercanos a la zona de se planea desarrollar siempre y cuando se determine a partir de realizar un estudio llamado La obtención de agua, recurso vital para la MG.

Para la segunda y futuras etapas (2018-2030), se tiene previsto continuar con la explotación y captación del acuífero de manera sistematizada y organizada en virtud de que los valles de El salto y Juanacatlán, Sierra de Jocotepec, Lago de Chapala funcionan adecuadamente como zonas de captación del recurso con alto potencial hidrológico; se recomienda determinar zonas para la perforación y construcción de pozos profundos que abastecerán a la ZMG.

Para el suministro de agua potable se propone la captación de agua a través de pozos profundos en cada uno de los sitios turísticos, los cuales deben tener una capacidad de extracción o captación de acuerdo a su demanda y otra planta potabilizadoras principalmente para la ZMG, se determinó una demanda total de un poco más de 636 mil m<sup>3</sup> por día, mientras que la demanda a nivel municipal quedo así: para Guadalajara es de 260,227 m<sup>3</sup>, Tlaquepaque de 105,882 m<sup>3</sup>, Zapopan es de 242,766 m<sup>3</sup>, El Salto es de 28,076 m<sup>3</sup>, Juanacatlán es de 1,990 m<sup>3</sup>, Tlajomulco es de 91,383 m<sup>3</sup> y finalmente el Municipio de Tonalá con 90,764 m<sup>3</sup>.

### Cuadro 205

#### **REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA URBANA** **DE LA ZMG AL 2030 (AGUA POTABLE)**

Municipio	Población urbana 2030 ( A )	Población turística 2030 ( B + C )	Población Total 2030 ( A + B + C )	Agua Potable l / día		( F + G +H ) Total (l / día)
				( F ) Zona Hotelera ( D x 1600 )	( H ) Zona Urbana ( A x 125 )	
Zona de Estudio						
Guadalajara	2,081,465	357,012	2,438,477	70,901,965	260,183,101	260,227,415
Tlaquepaque	847,005	52,096	899,101	10,346,210	105,875,606	105,882,073
Zapopan	1,942,018	110,321	2,052,340	21,909,620	242,752,288	242,765,981
El Salto	224,609	3,064	227,673	608,601	28,076,123	28,076,503
Juanacatlán	15,926	0	15,926	0	1,990,717	1,990,717
Zona de Influencia						
Tlajomulco	731,058	7,661	738,719	1,521,501	91,382,270	91,383,221
Tonalá	726,098	16,855	742,953	3,347,303	90,762,278	90,764,370
Total	5,095,097	522,494	5,617,591	103,766,396	636,887,118	636,951,972

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

Por otro lado, el abastecimiento y distribución local para cada proyecto detonador sea turístico o urbano se prevé a través de líneas secundarias interconectadas a un acueducto que sustraerá el vital líquido de pozos.

Se recomienda para la ZMG, reforzar el abastecimiento de agua potable mediante la utilización y aprovechamiento de nuevos métodos de captación de agua potable sobre todo para el Teleférico -Parque Panorámico La espuela , que la construcción de su infraestructura urbanas será costosa por métodos tradicionales, sin embargo se prevé un programa de aprovechamiento sustentable que integral el uso del agua única opción que garantizaría el suministro de agua potable como es el caso que serían utilizadas principalmente en unidades aisladas turísticas que no tuviesen cerca la posibilidad de contar en las proximidades de algún manantial.

#### **4.9.1.2. Tratamiento de Aguas Residuales**

La estrategia prevé que el sistema de tratamiento de aguas negras en los 7 municipios en su desarrollo hasta el 2030 será el siguiente:

Se recomienda para la ZMG que el tratamiento de aguas residuales deberá ser alejado de las áreas urbanas. Para poblados que por sus condiciones físicas se encuentren muy cercanos entre sí y que en el corto y medianos plazos se lleguen a fusionar o conurbar, se propone utilizar plantas que proporcionen el servicio en forma conjunta a esas localidades y alejadas de las áreas urbanas de los Municipios de El Salto y Juanacatlán.

La reutilización del agua y por ende la optimización del empleo de este recurso, corresponde a su tratamiento y a las Plantas al respecto previstas, en donde se deberán aplicar los procesos necesarios de acuerdo a la calidad del agua requerida que permita su reutilización, tanto para riego de áreas verdes, áreas de esparcimiento y consumo humano.

Finalmente, los excedentes se descargarán, dependiendo de las condiciones orográficas, en los cuerpos de agua superficiales (Rio Santiago) con previo tratamiento de agua.

Es sabido que en la región se cuenta con pocas plantas de tratamiento de aguas residuales, por lo tanto se requiere de plantas de tratamiento con prioridad a corto plazo y mediano plazo (2013, 2018) en los Municipios de Zapopan, Tonalá, El Salto, Juanacatlán y Tlajomulco.

Para el año 2030, la ZMG generara 509,562 m<sup>3</sup> de aguas residuales diariamente

**Cuadro 206**

**REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA URBANA DE LA  
ZMG AL 2030 (AGUAS RESIDUALES)**

Municipio	Población Total 2030	Aguas Residuales I / día		Total (l)
		Zona Hotelera	ZMG	
Zona de Estudio				
Guadalajara	2,438,477	35,451	208,146,481	208,181,932
Tlaquepaque	899,101	5,173	84,700,485	84,705,658
Zapopan	2,052,340	10,955	194,201,830	194,212,785
El Salto	227,673	304	22,460,898	22,461,203
Juanacatlán	15,926	0	1,592,573	1,592,573
Zona de Influencia				
Tlajomulco	738,719	761	73,105,816	73,106,577
Tonalá	742,953	1,674	72,609,822	72,611,496
Total	5,617,591	51,883	509,509,694	509,561,578

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

Para las zonas donde se localicen los proyectos turísticos detonadores del Centro Expo, Gran Plaza y Museo del Mariachi, Tequila y Charrería, Centro Regional de Artesanías de Tonalá y La Escuela Teleférico y Parque Panorámico o en desarrollos turísticos aislados, el concepto general considera que los servicios sean independientes en cada uno de ellos, de tal forma que tanto las plantas de tratamiento, emisores y cárcamos de rebombeo se localicen dentro de cada desarrollo con la finalidad de reutilizar el agua en el riego de áreas verdes sea esta para cualquier tipo de uso.



#### 4.9.1.3. Energía Eléctrica

El manejo de la energía eléctrica deberá contemplar de forma integral las fuentes de abastecimiento, los medios de transmisión, conversión y los patrones de uso.

La energía eléctrica será suministrada por una red desde las subestaciones ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara y se requerirán de transformadores dependientes de esta subestación en los nuevos proyectos turístico como el Parque Panorámico la Espuela en donde es importante tomar en cuenta el uso de energías alternativas como eólica y solar. Por lo que la zona demandara al año 2030 más de 6.6 mill kVA.

**Cuadro 207**

#### **REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA URBANA DE LA ZMG AL 2030 (ENERGÍA ELÉCTRICA)**

Municipio	Población Total 2030	Energía Eléctrica kVA / cuarto / residencial / vivienda / día		Total (kVA)
		Zona Hotelera	ZMG	
Zona de Estudio				
Guadalajara	2,438,477	221,569	2,601,831	2,823,400
Tlaquepaque	899,101	32,332	1,058,756	1,091,088
Zapopan	2,052,340	68,468	2,427,523	2,495,990
El Salto	227,673	1,902	280,761	282,663
Juanacatlán	15,926	0	19,907	19,907
Zona de Influencia				
Tlajomulco	738,719	4,755	913,823	918,577
Tonalá	742,953	10,460	907,623	918,083
Total	5,617,591	324,270	6,368,871	6,693,141

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

#### 4.9.1.4. Telefonía

Para la Zona Metropolitana de Guadalajara, y con base al crecimiento demográfico al año 2030, se estima que se requerirán más de 1.2 millones de nuevas líneas tanto en la zona turística como en la zona metropolitana (urbana), se considera a su vez la necesidad de implementar el mejoramiento y actualización de toda la infraestructura telefónica en los Centro Históricos de Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque.

Las zonas que tendrán mayores necesidades de esta infraestructura serán los Municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y sobre todo Zapopan que ha venido creciendo su demanda en dicho servicio.

**Cuadro 208**

**REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA URBANA DE LA  
ZMG AL 2030 (TELEFONÍA)**

Municipio	Población Total 2030	Telefonía (líneas)		Total
		Zona Hotelera	ZMG	
Zona de Estudio				
Guadalajara	2,438,477	5,318	520,366	525,684
Tlaquepaque	899,101	776	211,751	212,527
Zapopan	2,052,340	1,643	485,505	487,148
El Salto	227,673	46	56,152	56,198
Juanacatlán	15,926	0	3,981	3,981
Zona de Influencia				
Tlajomulco	738,719	114	182,765	182,879
Tonalá	742,953	251	181,525	181,776
Total	5,617,591	7,782	1,273.774	1,281.557

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

#### **4.9.1.5. Generación de Residuos Sólidos**

Con el impulso de la actividad turística se generarán más de 3,500 toneladas de residuos sólidos al día dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

De acuerdo al crecimiento demográfico para el año 2030, la zona metropolitana de Guadalajara requerirá de un sistema de recolección y disposición de desechos sólidos eficiente acordes a las necesidades de una gran metrópoli, es por ello que se recomienda necesario el estudio para determinar la construcción de un relleno intermunicipal según el estudio que determinara la mejor zona.

Adicionalmente se recomienda realizar el estudio para construir una terminal multimodal de separación de desechos a nivel regional.

Como parte de esta estrategia es importante impulsar un programa de cultura ambiental además de módulos con multicompartimiento para separar y seleccionar la basura en sus diferentes modalidades dentro de las zonas de especialización turística.

**Cuadro 209**

#### **REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA URBANA DE LA ZMG AL 2030 (RESIDUOS SÓLIDOS)**

<b>MUNICIPIO</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL 2030</b>	<b>GENERACIÓN DE BASURA (t)</b>
<b>ZONA DE ESTUDIO</b>		
<b>Guadalajara</b>	2,438,477	1,524
<b>Tlaquepaque</b>	899,101	562
<b>Zapopan</b>	2,052,340	1,283
<b>El Salto</b>	227,673	142
<b>Juanacatlán</b>	15,926	10
<b>ZONA DE INFLUENCIA</b>		
<b>Tlajomulco</b>	738,719	462
<b>Tonalá</b>	742,953	464
<b>TOTAL</b>	<b>5,617,591</b>	<b>3,511</b>

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

#### **4.9.2. Normatividad (matriz de compatibilidad): Servicios y Equipamiento**

La matriz de compatibilidad, tiene como objetivo principal establecer y orientar la compatibilidad entre los servicios, instalación, equipamiento y/o producto en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), encauzándolo hacia la instrumentación correcta del presente estudio.

Esta matriz contribuirá a la conformación ordenada en el ámbito urbano-turístico más funcional y agradable, tanto para visitantes como para la población local, cuyos fundamentos son los siguientes:

- Respeto al patrimonio natural y cultural tangible.
- Regular, controlar, consolidar e impulsar el crecimiento de nuevas actividades turísticas, responsables y amigables con el medio ambiente y su entorno inmediato.
- Aprovechar al máximo la riqueza natural y cultural que brinda la ZMG, con fines turísticos, económicos con una visión sustentable.

##### **4.9.2.1.A *Compatibilidad***

Esta matriz de compatibilidad tiene por objeto que, tanto el desarrollador como la autoridad, sepan determinar fácilmente el grado de compatibilidad entre tal o cual servicio, equipamiento, instalación e infraestructura turística.

La compatibilidad entre los elementos, se ha clasificado en tres categorías: Uso Compatible (color amarillo); Uso Condicionado (color verde) y Uso No compatible (color rojo). A continuación se define cada una:

- **Uso compatible.-**  
Todo uso respecto del cual resulta admisible su coexistencia con el uso predominante en el contexto inmediato y cercano. Son todos aquellos que puedan establecerse con armonía entre sí.
- **Uso condicionados.-**  
Son todos aquellos que pueden generar algún tipo de incompatibilidad por su establecimiento en determinadas zonas. Para su aprobación es necesario comprobar que su uso no causará alterara el contexto y desfavorecer los productos existente cercanos además de impactar negativamente el medio ambiente.

➤ Usos No compatibles.-

Todo uso respecto del cual resulta inadmisibles su coexistencia con el uso predominante del ámbito de que se trate, y que motiven impactos negativos; ya sea por su grado de contaminación o deterioro y desvalorización del contexto inmediato. Para estos queda prohibida su ubicación dentro del ámbito de que se trate de la intervención o desarrollo turístico.

**4.9.2.1.B Tabla de compatibilidad de los usos del suelo**

La forma de empleo de esta matriz se determina por el punto de intersección entre las filas y las columnas; lo cual determina el grado de compatibilidad entre servicios, equipamiento, instalación e infraestructura turística. A continuación (figura 4), ejemplo, donde la “columna” de Hotel Gran Turismo, en la intersección con la fila Hotel Tradicional, cuya lectura es NO COMPATIBLE; bajo la premisa de que resulta inadmisibles su coexistencia con el uso predominante del ámbito de que se trate, y la mezcla motivaría externalidades e impactos negativos.

**Figura 327**

**EJEMPLO DE LECTURA DE LA MATRIZ DE COMPATIBILIDAD**

MATRIZ DE COMPATIBILIDAD DE SERVICIOS, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA			Alojamiento											
			Hotel Categoría Especial	Hotel Gran Turismo	Hotel boutique	Hotel 4 y 5 estrellas	Hotel 3 estrellas	Hotel tradicional	Hotel alpino	Posada, hostería y pensiones	Hotel familiar (camas en casa)	Bed and Breakfast	Cabañas	Campamento con guías comunitarios o profesionales
Alojamiento	Hotel Categoría Especial													
	Hotel Gran Turismo													
	Hotel boutique													
	Hotel 4 y 5 estrellas													
	Hotel 3 estrellas													
	Hotel tradicional													
	Hotel alpino													
	Posada, hostería y pensiones													
	Hotel familiar (camas en casa)													
	Bed and Breakfast													
	Cabañas													
	Campamento con guías comunitarios o profesionales													
	Albergue													
	Hotel Rural													

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



---

## **4.10. Mejoramiento y conservación del ambiente**

---

Con base en el diagnóstico y la normatividad ambiental vigente, se proponen a continuación líneas de acción para el saneamiento y la protección ambiental de cuerpos de agua y zonas en proceso de deterioro de la zona de estudio.

Estas acciones deberán contribuir a la conservación de la biodiversidad, la protección del ambiente y el impulso al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, incluyendo la actividad turística. Se propondrán acciones preventivas para mitigar el cambio climático en el mediano y largo plazos, y finalmente se propondrán y señalarán mecanismos para acceder a los apoyos por bonos de carbono existentes.

### **4.10.1. Lineamientos generales**

Algunos de los lineamientos generales<sup>3</sup> en materia de saneamiento y protección ambiental se muestran a continuación:

- Regular y ordenar los asentamientos humanos con la finalidad de mejorar el nivel de vida de la población, mediante la **optimización del uso y destino del suelo**.
- **Peatonalizar la metrópoli**: procurar que exista una distancia de 10 minutos entre hogar y trabajo, calles amigables al peatón (edificios cercanos a la calle, pórticos, ventanas y puertas, árboles en las calles, sin carros, sin estacionamientos al exterior, calles angostas y de baja velocidad).
- Conservación de las áreas naturales de la **Barranca y Cerro del Cuatro**.
- Recuperación conservación y mejoramiento de zonas federales (**cauces naturales y arroyos** vertedores a la barranca).
- Se deberá vincular el **ordenamiento ecológico** con el ordenamiento del territorio municipal.
- **Reforestar y rehabilitar áreas verdes** y arbolado existente mejorando la calidad del paisaje en plazas, jardines y parques).

---

<sup>3</sup> Programa Municipal de Desarrollo Urbano y Plan de Desarrollo Urbano de Centro de Población 2011. Guadalajara.

- Integración y socialización del programa de cultura y **educación ambiental** (incluye prevención y protección civil de **riesgos** urbanos).
- Mejorar los Programas municipales y privados para la **prevención y gestión integral de residuos** (separación, reciclaje y control de sitios de disposición final)
- **Preservar y acrecentar los recursos naturales**, a fin de conservar el equilibrio ecológico en el territorio municipal.
- Facilitar la comunicación y los desplazamientos de la población, mediante un **sistema eficiente de comunicación y transporte interurbano**, con preferencia en los sistemas colectivos de transporte, una red de trenes que conecten las grandes y pequeñas ciudades, así como un diseño que anime el uso de las bicicletas.
- Constituir **reservas territoriales para el desarrollo urbano y la vivienda**.
- **Prevenir, controlar y atender los riesgos** y contingencias ambientales y urbanas en los centros de población.
- Se deberá realizar el estudio de las **condiciones geofísicas, ecológicas y ambientales** en los centros de población y de las medidas para su conservación y mejoramiento.

#### **4.10.2. Acciones de conservación**

La zona de estudio presenta varios puntos importantes desde el punto de vista ambiental que requieren la implementación de líneas de acción para su conservación.

##### **4.10.2.1. Barranca del Río Santiago**

Es importante como sitio de regulación del microclima, refugio de especies animales y vegetales, ideal para actividades de recreación y esparcimiento. La Barranca de Huentitán, con una extensión de 900 ha, debe recuperarse por medio de medidas de conservación, preservación, recuperación, mejoramiento con un Programa de Manejo Integral que incluya algunos usos sociales intensivos, como senderismo, recreación y ocio, proporcionando además amplios espacios para reforestación, captación e infiltración de agua pluvial. Se debe promocionar la declaratoria del área natural protegida de los ríos Verde y Santiago, fomentando actividades de ecoturismo.

**Figura 328**

**BARRANCA DEL RÍO SANTIAGO DESDE PARQUE INDEPENDENCIA:**  
**ATRACTIVO TURÍSTICO ESTRELLA**



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

#### **4.10.2.2. Arroyos Atemajac y San Juan de Dios**

De aproximadamente 7 km de cauce hasta el Río Santiago, se bifurca casi en la intersección con Periférico Norte donde confluye el Río San Juan de Dios con un cauce abierto de casi 3.7 km. Ambos cauces llevan drenaje pluvial, pero en algunos puntos están altamente contaminados por drenaje sanitario que no sólo impide el uso de las márgenes sino que además son fuente de contaminación del aire por olores y gases.

Requiere urgentemente el tratamiento de sus aguas ya que representan un peligro ambiental alto para los habitantes cercanos. Como acción de apoyo, se debe reforestar las márgenes de los ríos.

#### **4.10.2.3. Arroyo de Osorio y Parque Solidaridad**

Con un cauce de casi 5 km de longitud, desde la cortina de la Antigua Presa de Osorio. Este cauce, junto con el gran espacio público del Parque de la Solidaridad, de más de 100 Ha, representa la única opción de contacto con la naturaleza para una gran zona de la ciudad donde predominan los habitantes de ingresos bajos.

En la actualidad el cauce padece contaminación de drenaje sanitario y de basura, por ello el saneamiento del mismo es muy importante para mantener condiciones ambientales adecuadas en ese espacio que utilizan miles de personas semanalmente.

#### **4.10.2.4. Parques urbanos Agua Azul, González Gallo y El Deán**

El Parque Agua Azul cuenta con una superficie total de 16 Ha y más de 1,500 árboles de distintas especies y tiene más de doscientos años de antigüedad, el Parque González Gallo tiene casi 17 Ha, era una zona pantanosa en los cincuentas, y pasó a ser una zona desecada por medio de eucaliptos (más de 4,000 individuos); es parque público desde 1973. El Parque de El Deán de casi 20 Ha, tiene una masa arbórea con cerca de 2,000 especies variadas, se utiliza en un 70% de su superficie como vaso regulador de escurrimientos pluviales que provienen de las zonas aledañas.

Los tres parques sufren el proceso de despoblamiento de las áreas cercanas lo que podría representar una oportunidad de densificación que aproveche esta gran superficie de espacio público poco utilizado en la actualidad.

#### **4.10.2.5. Esgurrimientos pluviales de los Cerros Santa María y El Cuatro**

Conforman una red de escurrimientos pluviales secundarios en la vertiente norte de los antiguos conos volcánicos; ambos, con una longitud en conjunto de 1,350 metros, cuyo dren principal es el Canal del Sur que fluye en dirección este-oeste y actúa como interceptor de aguas pluviales con una longitud total de 3.3 km.

La sección del canal es muy estrecha y sirve además como acceso a un gran número de viviendas de origen informal. Aunque el Canal presenta altos niveles de contaminación tiene la oportunidad de usos recreativos de tipo parque lineal, en una zona carente de esos espacios.

#### **4.10.2.6. Arroyo La Campana, Canal de Patria, La Experiencia y Atemajac**

De casi 18 km de longitud, tiene una función muy importante como drenaje pluvial de una extensa superficie de los municipios de Guadalajara y Zapopan que comparten el cauce, que es a su vez división territorial en una longitud de 5 km. En algunos puntos existen descargas de drenaje sanitario que contaminan y además crean problemas de olores y gases en los alrededores.

La coincidencia de dos puntos altamente valiosos desde el punto de vista ambiental, en el extremo norte La Barranca y en la zona media del cauce el Parque de Los Colomos, con una distancia de 7 km entre ellos presenta la oportunidad de generar una densa zona arbolada que en algunos puntos tiene dimensiones suficientes para albergar usos recreativos.

#### **4.10.2.7. Parque Los Colomos**

Bosque urbano inducido de casi 50 ha de extensión, forma parte de la cuenca del sistema de arroyos de La Campana hasta el Atemajac, muy definido en cuanto al aprovechamiento de agua y a sus funciones recreativas y de esparcimiento para una gran zona de la ciudad. Presenta un nivel de calidad ambiental por encima de cualquier otro espacio verde en la ciudad.



#### **4.10.2.8. Arroyos de las laderas de Huentitán y Oblatos**

No obstante que presentan altos niveles de contaminación, tiene en su desarrollo -entre los 7.5 km que van de la desembocadura del Arroyo de Osorio al este y la del arroyo de Atemajac al oeste- varios elementos paisajísticos como arroyos, taludes, caminos y accidentes naturales que interactúan con la ciudad. Diez arroyos secundarios desembocan hasta en el Río Santiago desde la ciudad, algunos de ellos con penetraciones urbanas de sus cauces, en otros casos desde los bordes de la barranca, limitando con asentamientos urbanos en los diferentes cortes orográficos del territorio, como los que colindan con Jardines de la Barranca, el cauce del Arroyo San Andrés de Los Caños, que penetra hasta Santa Cecilia y la Cañada de El Zoológico.

#### **4.10.2.9. Río Blanco**

Alimenta la caída de agua conocida como Cola de Caballo, un importante atractivo natural de la zona. Al mismo tiempo es un afluente importante del Río Santiago.

#### **4.10.3. Acciones para conservar áreas verdes**

Se deberá establecer un programa de protección a las zonas arboladas de la zona metropolitana, tomando en cuenta que el arbolado se concentra en la zona de la barranca, y en los grandes parques urbanos existentes, como **Colomos, Solidaridad, Agua Azul, González Gallo, la Barranca y los márgenes del Río Santiago**, así como otras áreas naturales de importancia en las cercanías, como el Bosque del Centinela, la zona de El Diente o el Mirador Dr. Atl, todos ubicados en Zapopan.

Deberá rediseñarse el arbolado urbano, fomentando el uso de especies endémicas.

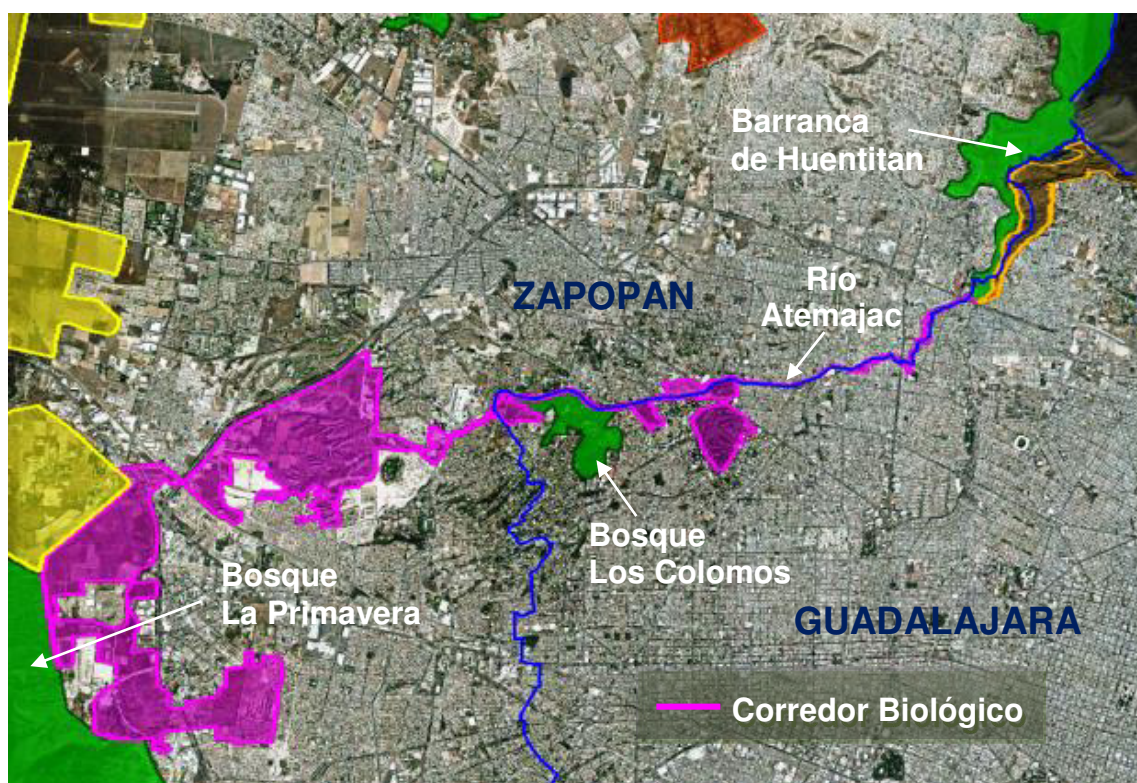
- Se deberá elaborar el Plan de Manejo de las áreas verdes de la Zona Metropolitana de Guadalajara.
- Reubicar especies que causan conflicto en la ciudad por mala ubicación (camellones o banquetas) ya que obstruyen la vialidad, impiden ver los señalamientos viales o la iluminación o dificultan el movimiento peatonal al romper banquetas, etc.

**Figura 329****PARQUE URBANO DEL CARMEN**

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

- Reforestar la zona de la barranca y de los márgenes del río Santiago con especies como mango, ciruelo, guamúchil, guanacaste, tempisque y caoba.
- Crear un corredor biológico en la Barranca y ecosistemas cercanos o en los canales de Atemajac y Río San Juan de Dios que permita la conservación y reproducción de la flora y fauna local.
- Establecer miradores en las áreas verdes con vista (Barranca del Río Santiago, Bosque La Primavera) y otros puntos panorámicos que fortalezcan el turismo de naturaleza y la conciencia ecológica.

**Figura 330**  
**CORREDOR BIOLÓGICO PROPUESTO**



SIMBOLOGÍA	
<span style="color: green;">■</span>	ANP
<span style="color: orange;">■</span>	Zona de Uso Restringido
<span style="color: red;">■</span>	Aprovechamiento Sustentable
<span style="color: yellow;">■</span>	Producción agropecuaria
<span style="color: purple;">■</span>	Parque Urbano
<span style="color: pink;">■</span>	Corredor Verde Urbano

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



#### **4.10.4. Acciones de saneamiento del Agua**

Aunque existe una alta disponibilidad de agua superficial debido a la alta precipitación pluvial de casi 900 mm/año, el Río Santiago es utilizado como cloaca no sólo de las aguas servidas de la Zona Metropolitana de Guadalajara sino de muchas zonas urbanas aguas arriba (inclusive del Estado de Michoacán y México). Por ello el Río Santiago se convierte en uno de los principales sitios contaminados de la ciudad.

**Figura 331**

#### **CONTAMINACIÓN DEL RÍO SANTIAGO**



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

Esto entra en conflicto frontal con el hecho que se trata del único río de dimensiones considerables en toda la región, creando un vínculo entre la Barranca del Río Santiago, que es el principal atractivo natural al norte de la zona urbana de Guadalajara, y el Lago de Chapala, el principal cuerpo de agua en la región y el país. En lugar de disponer de un corredor verde a lo largo del río, se dispone de un canal de aguas contaminadas y con un olor desagradable que no deja muchas opciones para su aprovechamiento.

Con todo lo anterior, una de las acciones principales es la de recuperar, conservar y mejorar las zonas federales de los ríos como en el caso del Río Santiago.

Por otra parte se presentan problemas de inundación, principalmente en las siguientes zonas de la ciudad de Guadalajara:

1. Al oeste en torno a la glorieta Minerva, los alrededores de Plaza del Sol y al sur las zonas bajas del Cerro del Cuatro y la Colonia Ferrocarril.
2. Algunas zonas de la Colonia Olímpica en el centro del municipio.
3. La parte alta del arroyo de Huentitán hacia el norte.
4. Zonas aledañas al Parque de la Solidaridad hacia el este

Es importante establecer medidas de conservación en el acuífero del Valle de Atemajac ya que presenta problemas de sobreexplotación que está abatiendo los niveles estáticos de los pozos.

Se deberá recuperar y aprovechar los manantiales acuíferos de la Zona Metropolitana de Guadalajara, fomentando la creación de parques temáticos para la educación ciudadana sobre el manejo del agua, su cuidado, uso y conservación.

Se deberá presionar para que se lleven a cabo los proyectos para el saneamiento de la Zona Metropolitana de Guadalajara, los cuales consisten en dos plantas principales de tratamiento de aguas residuales, la de Agua Prieta al norte del Municipio de Guadalajara, donde confluyen todos los colectores en la desembocadura del río San Juan de Dios hacia la barranca y la de El Ahogado con capacidad de 8.5 y 2.25 m<sup>3</sup>/s respectivamente. La segunda manejaría aguas de otros municipios y la de Agua Prieta la totalidad de las aguas servidas del Municipio de Guadalajara más parte de las de Zapopan y Tonalá.

Se requiere construir un colector a lo largo de la Barranca Ancha (La Coronilla).



#### **4.10.5. Riesgos Naturales**

Los riesgos naturales en el territorio, según el Atlas de Riesgos, se deben a cierto tipo de fenómenos ocasionados por las condiciones geológicas, topográficas y del clima, se han considerado los siguientes:

##### **4.10.5.1. Desprendimientos, deslizamientos y caída de masas**

En el Programa Municipal de Desarrollo Urbano y Plan de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Guadalajara (2001) se indica que “existe el riesgo en los bordes de la barranca que históricamente han presentado este problema asociado con precipitación pluvial y actividad sísmica”. Además se menciona que existe riesgo en Los Colomos y en Colinas de San Javier, esto es tanto más peligroso en relación con la altura, ángulo y material del talud. En estas áreas se deberán reubicar los asentamientos que se encuentren en las zonas de riesgo directo.

##### **4.10.5.2. Hundimientos**

La conformación del suelo del Valle de Atemajac es propensa a este tipo de riesgo debido a la presencia de arenas en el subsuelo, se asocia con filtración de agua que erosiona el subsuelo y provoca oquedades que ceden al peso superficial de edificaciones o infraestructura. Se deberán hacer estudios de suelo y reubicar a las personas que se encuentren en riesgo por hundimiento.

##### **4.10.5.3. Inundaciones**

Este fenómeno se presenta temporalmente durante tormentas fuertes, en las zonas bajas, en lugares con muy poca pendiente natural, en márgenes de arroyos o vialidades que ocupan los cauces originales y presas o bordos. Se han determinado 76 puntos propensos a inundaciones.

Las inundaciones se concentran en zonas bajas como El Bajío Colonia Ferrocarril, Agua Azul, Calzada Independencia, El Ahogado, etc. De especial importancia para el turismo es que la zona de la Expo Guadalajara cuenta con problemas de este tipo, por lo que su solución debe ser prioritaria.

Entre las acciones principales son:

- Obras hidráulicas (colectores pluviales) con un diseño adecuado a las necesidades.
- Es necesario infraestructura o modificaciones de la Avenida López Mateos, Plutarco Calles y San Andrés.

#### **4.10.6. Acciones contra el Cambio Climático**

El cambio climático en Guadalajara tiene entre sus principales causas el que el balance entre precipitación pluvial y radiación solar se haya perdido, lo primero porque las zonas construidas impiden la infiltración, desechando rápidamente casi toda el agua que llueve, lo segundo al agregar a la radiación solar normal, calor producido en la ciudad por vehículos, industria y viviendas. La inversión térmica es muy grave durante los meses de octubre y noviembre.

En Jalisco por medio del Programa Estatal de Acción Ante el Cambio Climático (PEACC) se han planteado los siguientes Objetivos:

- Conocer la aportación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Jalisco al total Nacional. Desarrollar el Primero Inventario de G.E.I.
- Definir medidas de mitigación y adaptación al Cambio Climático en el Estado.

Es fundamental establecer comisión científica para tomar medidas en cuanto al cambio climático.

Las políticas para reducir la emisión de gases de efecto invernadero (GEI), deben dirigirse hacia el transporte público, el manejo de residuos sólidos y el ahorro en el uso de energía.

#### **4.10.7. Gases de efecto invernadero**

Se proponen las siguientes acciones para reducir la emisión de gases de efecto invernadero (GEI).

- Fomentar con incentivos financieros y descuentos en pago de impuestos a instituciones, empresas constructoras para que integren a sus proyectos las azoteas y muros verdes.

- El gobierno local deberá veridizar los edificios gubernamentales, condominios, escuelas y hospitales.
- Fomentar la adopción ciudadana y empresarial de áreas verdes y arbolado.
- Sumar a la sociedad civil a las campañas reducción de emisiones de bióxido de carbono para el combate a los efectos del cambio climático. Algunas acciones que puede hacer la sociedad civil son:
- Cambio de patrones y hábitos de conducta en diversos campos, como conductas al conducir un vehículo, inducir cambios en los patrones de movilidad para incrementar los movimientos peatonales, la construcción de vivienda sustentable y otros para reducir los GEI.
- Integrar las redes de transporte público con otros modos sustentables de movilidad (movilidad urbana integral multimodal), como el uso intensivo de bicicletas, el mejoramiento del transporte público de pasajeros (Plan de Movilidad No Motorizada para la Zona Metropolitana de Guadalajara) y mayores desplazamientos peatonales reduciendo con esto el consumo de carbono y logrando al mismo tiempo que la población esté física y mentalmente más saludable.
- Rediseño de las rutas del transporte público hacia un esquema de más alta eficiencia operativa.

Debido a que las emisiones de GEI por parte del sector transporte (público, privado y de carga) son responsables de casi el 60% de las emisiones totales en la ciudad de Guadalajara, incluyendo la industria. Deberá fomentarse el cambio a transporte público no contaminante incrementando el sistema de transporte masivo como el tren ligero.

Establecer los municipios involucrados de la zona metropolitana de Guadalajara conjunto con especialistas en la materia reuniones periódicas para informar y orientar en la implementación de medidas pragmáticas y efectivas para ayudar a mitigar o adaptar las acciones de gobierno, en materia de transporte público, contaminación de aire, suelo y agua y ahorro de energía proveniente de fuentes no renovables. De tal forma que se contribuya en la mitigación y adaptación al cambio climático y la reducción de la huella de carbono.

Por su parte las acciones que propuso la SEMADES (ahora SEMADET) ante el Cambio Climático en la ZMG son:

- Proyectos de manejo y disposición de residuos en granjas porcícolas
- Proyectos de manejo de residuos en establos de ganado vacuno
- Proyectos de metano en rellenos sanitarios
- Programa control de Emisiones
- Programa Comparte Tú auto (4,197 ton de CO<sub>2</sub> por cada 1000 vehículos que dejen de circular /año)
- Declaración de Áreas Naturales Protegidas:
- Parque Estatal Bosque Mesófilo (Superficie 7,213 ha), Bosque de Arce (Talpa de Allende) (6,000 ha), Sierra del Águila (Mpios. Ameca, Etzatlán, Ahualulco de Mercado) (20,000 ha)
- Apoyo al proyecto de movilidad urbana Macrobus (o un sistema equivalente)
- Reducción en promedio del 44% de las emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Proyecto de Norma Ambiental Estatal de Edificación Sustentable.
- Instalación de la comisión Intersecretarial para el Uso Eficiente de la Energía en el Estado de Jalisco.

**Figura 332**

**CICLOVÍAS**



FUENTE: Imagen de Google.com

#### **4.10.8. Mecanismos para acceder a los apoyos por bonos de carbono**

Para mayor información acerca de este tema, véase Cap. 11.1.4, pág. 1091.

---

### **4.11. Propuesta de acciones para el CCRR de SECTUR**

---

Para mayor información acerca del funcionamiento de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos (CCRR), véase Cap. 11.1.1, pág. 1079.

La Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco (SETUJAL) es la entidad gestora que estará a cargo de los CCRR. Por otro lado se planea como prioridad la creación del Fondo de Promoción Turística con su comité de control y seguimiento, un órgano rector que integre a los tres órdenes de gobierno, iniciativa privada y sector educativo y social con el objetivo de asesorar, capacitar, fomentar y ejecutar acciones encaminadas al mejoramiento del sector turístico, la entidad gestora será SETUJAL, IP, Universidades y la comunidad.

Del total de las inversiones consideradas en el Programa Multianual e Intersecretarial de Inversiones, 9% (1,399 millones de pesos) pueden ser financiadas por medio de los CCRR.

Bajo el concepto de “Acciones Prioritarias en Zonas de Especialización Turística ZET” sin embargo, su participación se eleva al 66% (1,117 millones de pesos), por lo que los CCRR se convierten en una herramienta de gran importancia para el financiamiento de las acciones generadas por el sector público.

Para información más detallada acerca de los montos incluidos en el Programa Multianual e Intersecretarial de Inversiones, véase Cap. 10, pág. 1059.



**Cuadro 210**
**INVERSIÓN A TRAVÉS DEL CCRR POR ETAPAS DE DESARROLLO**

CONCEPTO		INVERSIÓN A TRAVÉS DEL CCRR POR ETAPAS DE DESARROLLO				INVERSIÓN TOTAL (millones de pesos)	TOTAL CCRR / INVERSIÓN TOTAL
		Corto Plazo 2013	Mediano Plazo 2014-2018	Largo Plazo 2019-2030	Total CCRR (millones de pesos)		
<b>ACCIONES GENERALES</b>							
DUV	Desarrollo Urbano y Vialidad	\$ 1.30	\$ -	\$ -	\$ 1.30	\$ 11.95	11%
MC	Marketing y Comercialización	\$ 0.50	\$ 1.50	\$ -	\$ 2.00	\$ 6.18	32%
PLA	Planeación Turística	\$ -	\$ 5.50	\$ 0.75	\$ 6.25	\$ 6.25	100%
<b>TOTAL ACCIONES GENERALES</b>		<b>\$ 1.80</b>	<b>\$ 7.00</b>	<b>\$ 0.75</b>	<b>\$ 9.55</b>	<b>\$ 24.38</b>	<b>39%</b>
Distribución porcentual		19%	73%	8%	100%		
<b>ACCIONES PRIORITARIAS EN ZONAS DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA ZET</b>							
ZET 1	Cruz de Plazas – Corredor Cabañas (Guadalajara)	\$ 1.50	\$ 39.05	\$ 12.00	\$ 52.55	\$ 72.05	73%
ZET 2	Tlaquepaque	\$ 1.00	\$ 75.06	\$ -	\$ 76.06	\$ 91.86	83%
ZET 3	Lafayette (Guadalajara)	\$ 4.05	\$ 61.00	\$ 12.00	\$ 77.05	\$ 121.80	63%
ZET 4&5	Zapopan Tradicional & Cultural	\$ 2.50	\$ 186.20	\$ 6.00	\$ 194.70	\$ 237.50	82%
ZET 6	Tonalá Artesanal	\$ 3.75	\$ 52.45	\$ 12.00	\$ 68.20	\$ 80.20	85%
ZET 7	Del Carmen – 9 Esquinas (Guadalajara)	\$ 3.00	\$ 182.70	\$ 12.00	\$ 197.70	\$ 219.20	90%
ZET 8	Santuario – Parque Morelos (Guadalajara)	\$ 1.50	\$ 42.43	\$ 52.52	\$ 96.45	\$ 120.95	80%
ZET 9	Triángulo Expo (Guadalajara + Zapopan)	\$ 1.00	\$ 56.70	\$ 12.00	\$ 69.70	\$ 178.17	39%
ZET 10	Miradores (Guadalajara)	\$ 1.00	\$ 47.45	\$ 12.00	\$ 60.45	\$ 111.65	54%
ZET 11	Agua Azul (Guadalajara)	\$ 2.00	\$ 12.35	\$ 12.00	\$ 26.35	\$ 125.40	21%
ZET 12	Providencia – Colomos (Guadalajara + Zapopan)	\$ 1.10	\$ 37.28	\$ 77.22	\$ 115.60	\$ 167.90	69%
ZET 13	JVC - Metropolitano (Zapopan)	\$ -	\$ 20.35	\$ 42.85	\$ 63.20	\$ 127.80	49%
ZET 14	Santuario de Los Mártires (Tlaquepaque)	\$ 0.50	\$ 5.69	\$ 12.71	\$ 18.90	\$ 34.20	55%
ZET 15	Aeropuerto 2050 (Tlajomulco)					\$ 0.80	0%
<b>TOTAL ACCIONES PRIORITARIAS EN ZET</b>		<b>\$ 22.90</b>	<b>\$ 818.71</b>	<b>\$ 275.30</b>	<b>\$ 1,116.91</b>	<b>\$ 1,689.49</b>	<b>66%</b>
Distribución porcentual		2%	73%	25%	100%		
<b>ACCIONES DE DESARROLLO TURÍSTICO</b>							
ALO	Oferta de Alojamiento					\$ 8,119.84	0%
PES	Proyectos Estratégicos	\$ 0.05	\$ 12.80	\$ 260.00	\$ 272.85	\$ 3,648.74	7%
DET	Proyectos Turísticos Detonadores					\$ 1,704.00	0%
<b>TOTAL DESARROLLO TURÍSTICO</b>		<b>\$ 0.05</b>	<b>\$ 12.80</b>	<b>\$ 260.00</b>	<b>\$ 272.85</b>	<b>\$ 13,472.58</b>	<b>2%</b>
Distribución porcentual		0%	5%	95%	100%		
<b>GRAN TOTAL</b>		<b>\$ 24.75</b>	<b>\$ 838.51</b>	<b>\$ 536.05</b>	<b>\$ 1,399.31</b>	<b>\$ 15,186.44</b>	<b>9%</b>
Distribución porcentual		2%	60%	38%	100%		

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