

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**  
**Departamento de Estudios Socioculturales**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**  
**Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en Medios**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**Mirar la ciudad con otros ojos: Memorias e identidades**  
**Otros rostros del Área Metropolitana de Guadalajara**  
**Nuevos espacios para el arte, la gastronomía y el entretenimiento**

**PRESENTAN**

Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales Fabiola Crispo García

Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales María José Echeverría

Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales Brenda De La Torre

Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales Tania Picazo

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías

Asesor PAP: Andrés Villa Aldaco

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2017

# Índice

## REPORTE PAP

### Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

#### Resumen

<b>1. Introducción</b> .....	5
1.1. Objetivos .....	6
1.2. Justificación .....	7
1.3 Antecedentes .....	9
1.4. Contexto .....	14
<b>2. Desarrollo</b> .....	22
2.1. Sustento teórico y metodológico .....	22
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto .....	27
2.3 Justificación de lugares elegidos .....	29
<b>3. Resultados del trabajo profesional</b> .....	32
3.1 Reseña de lugares visitados .....	32
3.2 Comida vegana .....	37
3.3 Consumo local y economía mexicana .....	41
3.4 Gluten y enfermedad celiaca .....	45
3.5 Directorio de turismo alternativo .....	47
<b>4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto</b> .....	65
<b>5. Conclusiones</b> .....	72
5.1 Link de productos audio-visuales.....	74
<b>6. Bibliografía</b> .....	75

## **REPORTE PAP**

### **Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional**

*Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio–profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.*

*A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor*

## RESUMEN

“Otros rostros del Área Metropolitana de Guadalajara. Nuevos espacios para el arte, la gastronomía y el entretenimiento” es una investigación sobre los nuevos lugares que aún no son tan “conocidos” o de interés turístico para los habitantes del Área Metropolitana de Guadalajara y para las personas que la visitan, y en la cual se abordan temas como el consumo local, el turismo y lo “alternativo”.

Se desarrollan cuatro aspectos principales: el arte (galerías, museos, artistas); la gastronomía (restaurantes y nuevas propuestas gastronómicas); entretenimiento nocturno (bares, lugares de conciertos...) y nuevos mercados (tianguis, bazares, mercados independientes).

*Palabras clave: turismo, alternativo, mercado, cultura, tradicional*

## Introducción

Guadalajara es la capital del estado de Jalisco y es conocida en el país y en varias partes del mundo como la ciudad del mariachi y del tequila. Es célebre también por sus tortas ahogadas, sus tacos, el mezcal y su agradable olor a tierra mojada, y reconocida por la belleza de su arquitectura, representada por monumentos como la estatua de la Minerva, el puente Matute Remus, el Teatro Degollado, el Hospicio Cabañas y numerosas y elegantes fincas porfirianas. Guadalajara, y toda el Área Metropolitana, es arte, gastronomía, entretenimiento, movilidad. No es sólo fútbol y cerveza artesanal, el AMG conjuga numerosos factores que hacen de esta gran metrópoli un espacio idóneo para el florecimiento cultural.

Esta investigación tiene como finalidad mostrar y analizar los nuevos lugares que hacen del Área Metropolitana de Guadalajara una ciudad turística, impulsada también por la producción local y el consumo, los cuales han desarrollado tendencias que también impulsan la economía mexicana. Se intenta trascender los lugares que se visitan tradicionalmente visitados cuando se viene a conocer la capital jalisciense y proponer una guía de “turismo alternativo”, que dé cuenta de lugares emergentes e innovadores para conocer, consumir y divertirse.

El Área Metropolitana de Guadalajara tiene un gran espectro cultural que comprende a distintos grupos sociales. Desde las familias tradicionales y conservadoras hasta los llamados hipsters, millennials, distintas subculturas urbanas y la comunidad LGTB. Por esto consideramos importante tratar diferentes campos de la cultura como el arte, la gastronomía, el entretenimiento y los nuevos mercados, pues consideramos que existen lugares que responden a los intereses y necesidades de los diferentes grupos sociales que pueblan la ciudad.

## 1.1 Objetivos

Los objetivos de este trabajo giran alrededor de lo que hemos llamado “la otra cara del AMG”, diferente a la que normalmente hemos conocido, para mostrar lugares que podemos denominar alternativos o emergentes y que empiezan a impulsar el consumo local y a propiciar una nueva forma de turismo en la ciudad. Estos objetivos son:

- Encontrar lugares turísticos alternativos en el AMG de diversos sectores culturales, como el arte, la gastronomía, los mercados y el entretenimiento, que promuevan otra perspectiva de lo que es ser turista en la ciudad, que impulsen el consumo local y sean diferentes a los que típicamente se conocen cuando se visita la ciudad.
- Identificar los elementos culturales que a través del tiempo han conformado la guía turística del AMG y establecer una comparación con lugares emergentes que constituirán una nueva guía “alternativa” de turismo.
- Presentar a través de cápsulas de video y fotografías un conjunto de lugares, artistas y destinos distintos a los comúnmente visitados y que hacen del AMG una ciudad turística con una amplia oferta cultural.

## 1. 2 Justificación

El turismo es uno de los fenómenos más influyentes en la economía de todos los países del mundo. Visitar otros lugares es una de las actividades humanas más antiguas y más frecuentes en la actualidad.

Para algunos sociólogos y otros estudiosos de la actividad humana la industria del turismo requiere de un acercamiento interdisciplinario (algunos lo llaman turismo logia o turismo grafía; *Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2017*). Se denomina turístico a cualquier desplazamiento en el que el motivo principal del viaje sea el descanso, la diversión, las relaciones humanas o la cultura (incluyendo en esta última a la religión).

Desde la Antigüedad el hombre se ha desplazado de un lugar a otro por múltiples razones, desde la supervivencia hasta la búsqueda de una mejor calidad de vida. Los humanos somos turistas por naturaleza. La necesidad de conocer nuevos lugares ha llevado a nuestra especie a relacionarse entre sí, a conocer nuevas culturas y a impulsar la economía mundial.

Al viajar a un país extranjero tenemos que hacer una serie de trámites económicos como comprar un boleto de avión, rentar una casa o un cuarto de hotel, comprar un mapa e incluso cambiar nuestra moneda por la del país al que vamos a viajar.

El turismo es un fenómeno social y cultural muy complejo, por eso consideramos que las bases que fundamentan nuestro proyecto son el fenómeno turístico, el consumo y la producción local, enfocándonos en el AMG.

Debido al turismo en México se han generado millones de empleos a través de los años. Millones de extranjeros viajan constantemente a nuestro país, lo que ha generado una gran demanda para solucionar graves problemas como la violencia, la inseguridad, la limpieza y el desarrollo urbano.

México ha logrado crecer y desarrollarse debido, entre otros factores importantes, al crecimiento del sector terciario que es el turismo. Gracias a la creación de agencias de viajes y grandes cadenas hoteleras, México recibe millones de turistas al año. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2015 México ocupó el lugar número 22 entre 136 países en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF) (*El Economista*, abril de 2017).

En América Latina, México se ha posicionado como uno de los países más competitivos en viajes y turismo, superando a Brasil, Panamá, Costa Rica y Argentina (*El Economista*, abril de 2017). Sin embargo, hay muchos desafíos a los cuales nuestro país se tiene que enfrentar para poder seguir creciendo y desarrollar aún más la industria del turismo, entre los cuales se encuentra la seguridad de sus habitantes y de los turistas, disminuir sensiblemente los índices de violencia, preservar el medio ambiente y mantener el cuidado de las ciudades más atractivas en términos turísticos, así como innovar en las propuestas de valor y en los precios competitivos de cada destino.

Por estas razones nuestro propósito principal es el de mostrar aspectos diferentes del AMG, no los que comúnmente hemos escuchado y visto en los medios. Queremos que las personas de otras partes del país y del extranjero que vienen a esta ciudad conozcan lo que nosotros, como habitantes locales, salimos a disfrutar; lo que nosotros vivimos y amamos de nuestra ciudad. Que visiten los lugares en donde nosotros nos sentimos seguros, lugares creados por personas emprendedoras, creativas y trabajadoras y que creemos que todos deben conocer.

Nos enfocaremos también en el mercado local, en el que existen más opciones para todas las preferencias. Le daremos más atención a lo emergente e innovador, lo que en estos momentos marcan nuevas tendencias, para que se vuelva parte de la vida de un tapatío o de un compatriota y aun de un extranjero. Queremos apoyar con nuestra investigación a jóvenes empresarios y emprendedores destacados que buscan montar negocios con nuevas ofertas y propuestas para satisfacer los gustos y las necesidades de las personas que visitan la ciudad y los municipios que componen el AMG.



## 1.3 Antecedentes

### 1.3.1 Antecedentes generales de la ciudad

El nombre Guadalajara proviene del árabe y significa “río de piedras”, “río que corre entre piedras” o “valle de las fortalezas”. La ciudad tiene una extensión territorial de 151.4 kilómetros cuadrados (Guadalajara.gob, 2017).

El AMG está llena de historia y cultura. En el Centro Histórico, se encuentran museos como el Museo de la Ciudad, edificios llenos de información sobre los antecedentes de esta ciudad como La Catedral, el Monumento a la Independencia, entre otros. Gracias a ellos podemos conocer más sobre su vasta y rica historia. Los restos humanos y de utensilios como flechas, anzuelos y agujas son una de las tantas evidencias que nos proporcionan información sobre la vida que llevaban los habitantes originarios de la región.

La llegada de los españoles en 1530 causó un gran impacto en las culturas locales, y en ese momento empezó el surgimiento de una nueva cultura mestiza. Durante el virreinato, en la Nueva Galicia se incrementó la producción de artesanías, así como el comercio; hubo un notorio incremento de la economía y de la población a finales del siglo XVIII, con lo que empezó a considerarse una de las ciudades más importantes de la Nueva España.

Después de la Independencia de México el nuevo y soberano estado de Jalisco desempeñó un papel importante al pronunciarse por una república federal, lo que queda plasmado en la Constitución de 1824. Benito Juárez estableció su gobierno en Guadalajara en 1858, aunque duró poco tiempo. A causa de los constantes conflictos entre los liberales y los conservadores, gran parte del patrimonio de la ciudad se vio afectado, principalmente los conventos.

En 1855 se inició la construcción de uno de los teatros más emblemáticos de nuestra ciudad. En 1866 el Teatro Degollado abrió sus puertas, y en la actualidad es un icono arquitectónico y sede de muchos espectáculos escénicos y musicales.

Durante los sucesivos gobiernos de Porfirio Díaz, Guadalajara siguió creciendo en los planos comercial e industrial, se continuó con la construcción de hospitales, colegios

y ferrocarriles. La arquitectura tuvo un gran auge y aún se pueden apreciar grandes casonas en la actual colonia Americana, entre otras.

La Revolución mexicana tuvo un impacto más social que militar en Guadalajara, ya que Venustiano Carranza y Pancho Villa siempre apoyaron a esta ciudad, aunque hubo muchos enfrentamientos, como los ocurridos en el hoy llamado Cerro del Cuatro y el Gachupín. A finales de la Revolución se eligió al primer gobernador de Jalisco: José Guadalupe Zuno. Gracias a él se reabrió la Universidad de Guadalajara en 1925.

A inicios del siglo XX nació el artista José Clemente Orozco, autor de los murales del Hospicio Cabañas, el Palacio de Gobierno y el Paraninfo de la Universidad de Guadalajara. En los años cincuenta se abrieron los cines Variedades, Alameda y Juárez; se construyó la central de autobuses, se inauguró la Biblioteca Pública del estado y el Museo de Arqueología. El Estadio Jalisco se inauguró en 1960 y fue sede del Mundial de fútbol de 1970. La Plaza Tapatía fue construida durante el gobierno de Flavio Romero Velasco. La primera Feria Internacional del Libro tuvo su primera edición en 1987, y actualmente es considerada la segunda feria más importante a escala mundial. Guadalajara fue sede de los Juegos Panamericanos en el 2011.

El crecimiento de la ciudad de Guadalajara le ha otorgado un lugar muy importante en el desarrollo de la economía mexicana. Los diversos eventos de relevancia nacional e internacional que se han llevado a cabo en la capital han atraído la atención de propios y extraños; en muchos sentidos Guadalajara es una ciudad diversa, innovadora y con un gran impacto cultural.

### *1.3.2 Consumo local en Guadalajara*

La situación actual en la que vivimos es resultado de un complejo proceso histórico, y de formas simples de producción y consumo se ha llegado a otras muy sofisticadas. Actualmente el capital es el combustible de la sociedad. El capital es el eje que rige la política económica, y a la vez, se ha constituido en el núcleo de la vida humana. El capital adquiere cada vez mayor valor, de manera que el crecimiento de la economía comienza a ser un fin importante en sí mismo.

También comienzan a surgir los efectos negativos del sistema capitalista, que afectan a varios ámbitos de la vida y cada día tienen mayor repercusión mundial debido a la globalización. Las crisis económicas, políticas, sociales y ambientales se suceden en todas partes del planeta.

La acumulación de riquezas es una feroz competencia en la que al final del día hay solamente un ganador y muchos perdedores. Una competencia mal entendida, a fin de cuentas.

El consumo, que siempre ha existido, es necesario. Es una relación natural que existe entre las necesidades y los satisfactores. Es la acción mediante la cual se consigue algo que se necesita o se desea. En cambio, el consumismo es diferente, es un derivado del sistema, un fin en sí mismo, además de que sustenta y reproduce el sistema económico social.

Existen dos aspectos en la economía: el macroeconómico y el microeconómico. El primero refiere a la toma de decisiones políticas que regulan las relaciones económicas entre ciudades o países. Los aranceles, la apertura de nuevos mercados y las regulaciones del capital extranjero son ejemplos de ello. El segundo es la actividad económica en sí; es donde se origina el consumo mismo. Es aquí donde le otorgamos valor a las cosas, no sólo monetario, sino también simbólico. Es en la microeconomía desde donde las mayorías podemos tratar de provocar cambios, ya que es donde nosotros les asignamos las características intangibles a las cosas, a pesar de que las grandes corporaciones que acaparan el mercado se esfuercen por dotar de atributos increíbles a sus productos.

A través de la publicidad y el marketing el consumidor decide si consume un producto u otro. Como una reacción hacia el sistema, surgen nuevas ideas y conceptos como el de la “economía solidaria”, la cual tiene como objetivo encauzar el propósito de las relaciones económicas en favor del bienestar de las personas; surgen nuevas estrategias como el “comercio justo”, en el cual se paga un poco más del valor del producto para solventar las necesidades de los productores de comunidades marginadas que han sido maltratadas por la economía y el sistema. Se promueve así el “comercio local”, que es la prioridad al uso y el consumo de productos regionales, lo cual genera más beneficios para los habitantes de una región.

El consumo local es una herramienta para el desarrollo equitativo de la sociedad, porque es algo realmente cercano a los consumidores. Sabemos de donde provienen los materiales con que están hechos los productos, también quienes los fabrican y quienes los venden. Además, podemos opinar acerca del producto con los productores y comerciantes, por lo que la calidad la determina directamente el consumidor. Ésta es una situación que no se da en el sistema de producción dominante, ya que, a diferencia del consumo industrializado, el consumo local es algo que es cercano a nosotros, a nuestra familia, amigos y vecinos.

El consumo local puede ser una alternativa para desarrollar de mejor manera nuestra ciudad y sus municipios, ya que se trata de una sociedad muy competitiva, en donde todos juegan a que el primero se lleva todo. Las empresas y las corporaciones, por ejemplo, se establecen en ciudades en donde puedan maximizar sus ganancias, y si no lo logran simplemente se van; también lo hacen si existen mejores condiciones en otra ciudad o región.

El consumo local contribuye al mejoramiento de la economía de una localidad, ya que tiene una característica clave y relevante para la vida humana; la sustentabilidad. No sólo respecto de cuestiones ambientales, también en los planos económico y social.

En el año 2012 *Proyecto Diez* publicó un reportaje acerca de México como el país que ocupa el penúltimo lugar en desigualdad entre los países que integran la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

La desigualdad de México en números se representa con 0.47, lejos del promedio mundial que es 0.31, en una escala del 0 a la 1 propuesta por la OCDE; una opción para reducir este desajuste social es consumir productos locales, pues se permite el incremento de oportunidades y el desarrollo de personas de la misma comunidad, sugiere el colectivo jalisciense *Vive Responsable* (*Proyecto Diez*, 2012).

*Vive Responsable* es un movimiento social que busca inspirar al mexicano hacia un estilo de vida precisamente más responsable a través del consumo de productos

locales, hechos por familias y emprendedores. Una de sus principales misiones es la de generar oportunidades para que más personas consuman sus propios productos hechos en México. Pan, tortillas, galletas, leche orgánica, granola, salsas botaneras, café, miel de agave, jabones naturales, son algunos de los productos que son promovidos por este movimiento. El objetivo de la organización es fomentar un cambio de hábitos de consumo enfocados a un consumo con conciencia, y que además les dé prioridad a los pequeños emprendedores de la entidad.

El consumo local es un movimiento con fundamentos económicos; se trata de un concepto relativamente joven, por lo que medir su impacto aún resulta difícil, aunque en la medida en que más personas emprendan actividades enfocadas al impulso del consumo local, mejorarán las condiciones de la ciudad, y ellos mismos generarán oportunidades de trabajo a otras personas. Debe aclararse que no se menosprecia a la industria y el comercio que genera empleo a las personas de otros lados del mundo, sino que se señala que la clave está en la sustentabilidad y en la independencia económica.

## 1.4 Contexto

Hablar del AMG es algo que debe hacerse con cuidado, dada su complejidad. No es solamente hablar de un espacio geográfico. No se trata sólo de hablar de tequila, tortas ahogadas y mariachis. Es hablar de millones de personas, de cultura, de gastronomía, de arte, movilidad, naturaleza, mercados, dinero, política, tecnología y muchas otras cosas que hacen de esta megalópolis nuestra casa, nuestro lugar, uno en el que se explora la cultura y, sobre todo, nuestro objeto de estudio.

Guadalajara la capital del estado de Jalisco, ubicada en la región centro-occidental de la República Mexicana. El Área Metropolitana de Guadalajara, específicamente el espacio delimitado que consideramos pertinente para nuestra investigación, está conformado por los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tlajomulco de Zúñiga, Tonalá y El Salto. Juanacatlán, Ixtlahuacán de los Membrillos y Zapotlanejo son municipios exteriores de esta área.

Para hablar del contexto actual de Guadalajara es importante considerar varios factores fundamentales, como números y estadísticas proporcionadas por fuentes acreditadas que nos ayuden a entender cómo es la ciudad hoy. Es decisivo tomar en cuenta el número de habitantes de Jalisco y del AMG, la distribución, la densidad, la dinámica poblacional, la vivienda, la educación, los movimientos migratorios, entre otros.

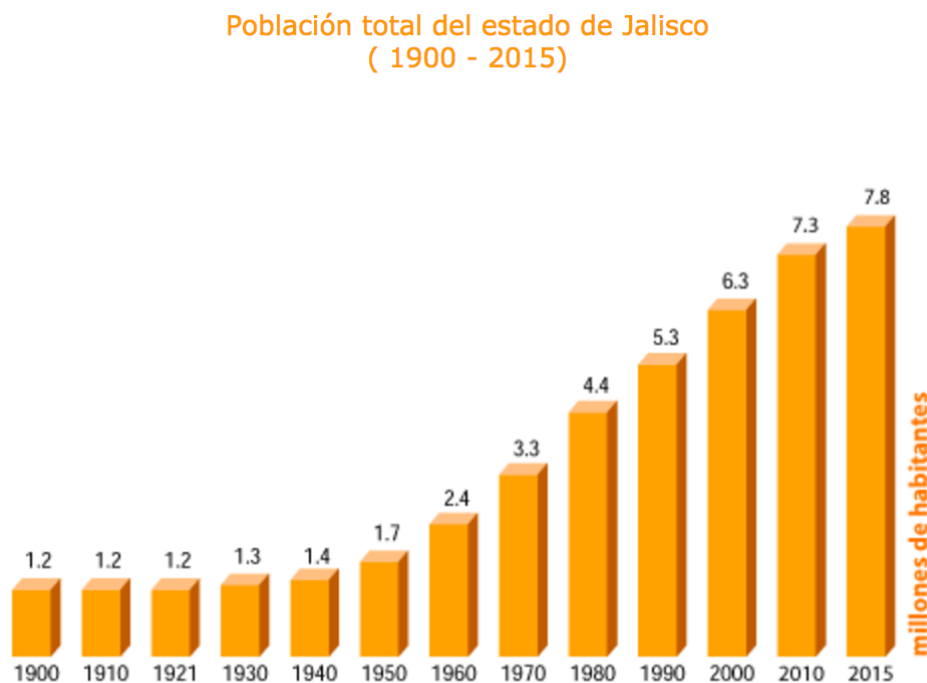
Es muy relevante para esta investigación indagar sobre el turismo en Guadalajara; la cantidad de turistas que recibe al año, cuáles lugares visitan estos turistas, qué lugares de la ciudad reciben más ingresos gracias al turismo, cuáles son los mercados tradicionales y cómo los mercados alternativos emergentes son indispensables para el impulso del turismo y el consumo local.

Asimismo, es importante hablar sobre cuestiones que afectan el contexto actual de la ciudad, como la inseguridad, la violencia y la política. Es indispensable conocer el contexto sociocultural de la ciudad para tener en cuenta los riesgos y las posibilidades que tienen los turistas al visitar Guadalajara y sus municipios.

Según la Encuesta Intercensal del INEGI (2015) Jalisco cuenta con 7,844,830 habitantes. Jalisco ocupa el cuarto lugar en el país en número de habitantes. Además de ser una población inmensa, la población del estado es mayormente urbana, mientras que

sólo el 13% de la población es rural. Se estimó en el mismo año que aproximadamente viven cien personas por kilómetro cuadrado.

Los censos realizados de 1900 a 2010, así como la Encuesta Intercensal de 2015, muestran el crecimiento de la población en el estado de Jalisco. A continuación, mostramos una gráfica que represente este dato.



Gráfica 1:  
Población total  
del estado de  
Jalisco

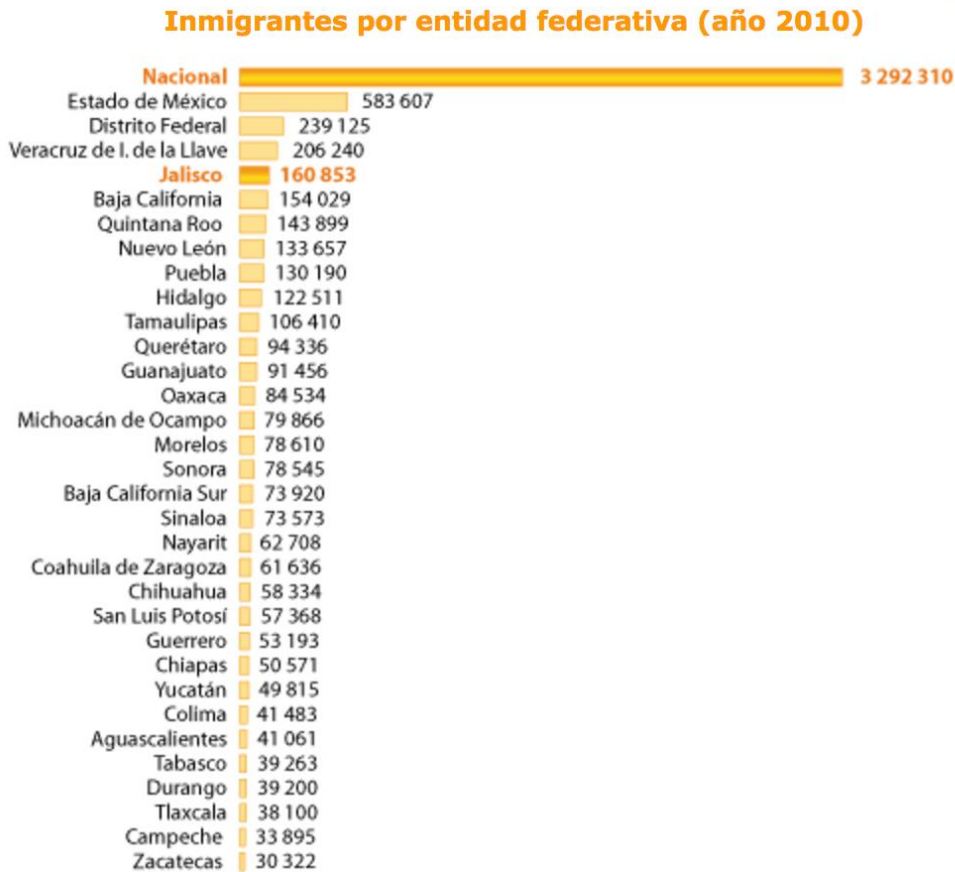
Fuente: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

Se puede observar cómo de 1900 a 1940 las cifras se mantienen casi iguales. En los años siguientes hubo un crecimiento constante y moderado, y a partir de 1960 se produce un crecimiento desmesurado, lo que muestra que Guadalajara se convirtió en una buena opción de desarrollo para sus habitantes.

Otro aspecto importante al hablar del contexto poblacional en Guadalajara es el de los movimientos migratorios, observar las estadísticas para entender por qué la gente decide irse de Guadalajara o llegar a la ciudad.

Según el INEGI, en 2005 salieron de Jalisco 152 mil 242 personas para radicarse en otra entidad. Por el contrario, en 2010, llegaron 160 mil 853 personas a vivir en el estado. En la gráfica 2 se expone la cantidad de personas que se van a residir a diferentes estados.

Grafica 2: Inmigrantes por entidad federativa



Fuente: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

Podemos advertir que Jalisco, al encontrarse en el cuarto lugar, es uno de los estados con más migración interna. Es importante considerar este dato porque la migración dentro del país representa una gran parte del consumo local. La gente que llega a vivir a Guadalajara empieza a conocer la ciudad y a fomenta el consumo local.

Con estas estadísticas nos damos cuenta del flujo de personas que se mueve dentro de una población enorme en constante crecimiento y una enorme cantidad de personas de otros



deciden residir en el estado. Por esto es sumamente importante que Jalisco y el AMG creen lugares turísticos que impulsen la economía local y nacional.

Otras cuestiones necesarias para comprender el contexto actual del AMG son la inseguridad, la violencia y la política. Es importante conocer números y estadísticas que muestren qué tan seguro es el estado de Jalisco y tratar de comprender las causas. La seguridad de una entidad afecta de manera directa el turismo. Una ciudad con altos índices de violencia es muy probable que no sea muy visitada; el turista preferirá siempre aquellas ciudades en donde pueda salir a la calle libremente y sin miedo.

De acuerdo con el Programa Sectorial de Seguridad Ciudadana, Jalisco suele ser considerado un estado relativamente seguro, con incidencia delictiva clasificada como media–baja. Sin embargo, existe un sentimiento de inseguridad entre la ciudadanía que no se corresponde con lo que dicen las estadísticas oficiales.

La encuesta de percepción realizada en la elaboración del Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2013–2033 muestra que 53.7% de la población considera la inseguridad pública el principal problema en el estado. La Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (Envipe; INEGI, 2013) estima que en Jalisco 58.8% de la población de 18 años y más considera de igual manera la inseguridad y la delincuencia el problema más importante que aqueja al estado, seguido por el desempleo, con 47.9%, y la pobreza, con 31.2%.

De esta manera vemos que el problema más importante para los jaliscienses es la inseguridad, sentirse en peligro, más que la falta de recursos o no tener trabajo. Son cifras que hablan de un sentimiento compartido por una gran parte de los habitantes del estado. C Se puede considerar la idea de que este sentimiento es también compartido por los turistas que desean visitar Jalisco y por los mexicanos de otras entidades que piensan en este estado como una opción para establecer su residencia.

Las estadísticas pueden decir una cosa, pero el sentimiento generalizado de la opinión pública sobre la inseguridad no debe pasarse por alto. Un motivo por el cual las estadísticas no concuerdan con lo que se escucha en las calles es la falta de denuncias de crímenes y delitos. Esta parte de delitos no denunciados se conoce como cifra negra, y en Jalisco ha ido al alza en los últimos cinco años. De ser una de las entidades en las

que más se reportaban hechos ilícitos, en 2010 solamente se reportó 16% de ellos. Con 84% de delitos no denunciados, Jalisco supera la media nacional de 79% (Programa Sectorial de Seguridad Ciudadana, 2014).

La violencia y la inseguridad puede darse por muchas razones. En Jalisco se consideran la falta de oportunidades, la desigualdad social, la desarticulación institucional y la desigualdad las principales causas del incremento de crímenes y delitos.

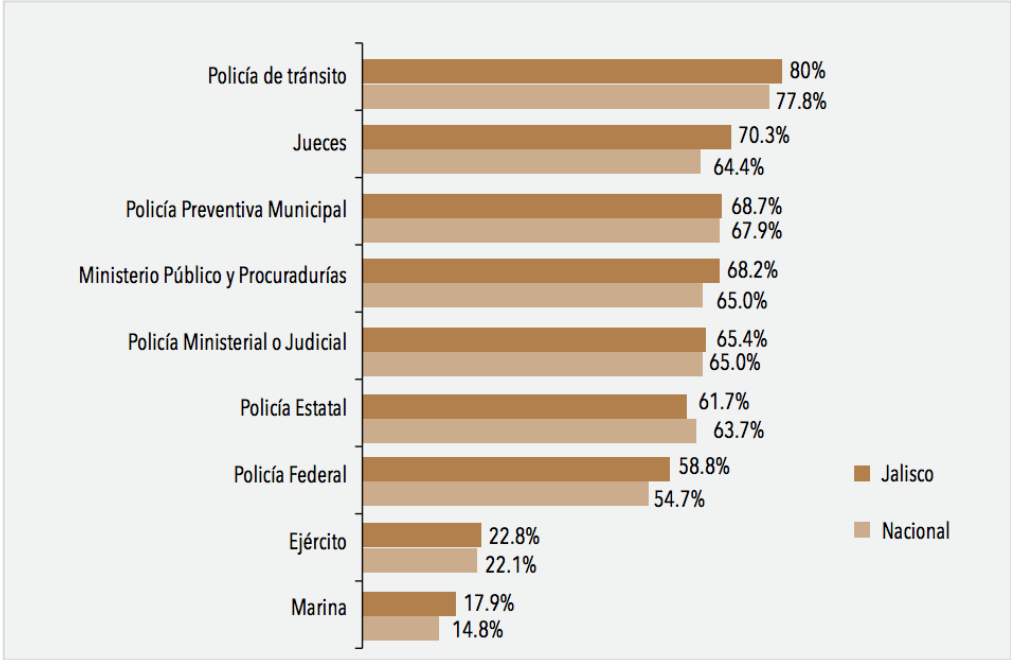
El crecimiento natural de la población, la desintegración de familias, la falta de empleo y la falta de oportunidades de estudio para niños y jóvenes y son factores que influyen en la conducta social y pueden ser causa del crecimiento de la violencia y del crimen organizado. Asimismo, la falta de información fidedigna y de gobernantes con escaso liderazgo, aunado a la corrupción y un Estado de derecho débil, incrementan las posibilidades de que muchas personas persigan un estilo de vida fuera de la ley y tomen como modelos a los líderes del narcotráfico.

La política es otro aspecto fundamental para comprender la situación de Guadalajara en la actualidad. Con un gobierno efectivo y un equipo competente que se haga cargo del manejo correcto de los asuntos públicos que competen al desarrollo del estado o del país, la calidad de vida sería mucho mejor. Lamentablemente, en nuestro país la política se ha convertido en un tema del cual muchos habitantes prefieren ni hablar, debido al pésimo desempeño de los gobernantes. Además, México se enfrenta a uno de los más graves problemas: la corrupción de los políticos.

Según la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2013 y el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), las autoridades que más tienden a la corrupción son los jueces y los policías de tránsito.

Con el narcotráfico, la corrupción es uno de los motivos por los cuales nuestro país está plagado por la violencia y la inseguridad; los responsables de juzgar a los delincuentes no cumplen su trabajo por complicidad y negligencia. En la gráfica 3 se presentan los porcentajes de corrupción que existen en México y en Jalisco en las diferentes instituciones.

Gráfica 3: Porcentajes de corrupción en México



Fuente: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

Jalisco es un estado con una gran población, un enorme flujo de inmigrantes y con altos índices de inseguridad, violencia y corrupción, como hemos visto. El escenario que aquí se muestra puede parecer pesimista y desesperanzado, tanto para los habitantes del estado como para las personas que lo visitan —y las que pasan por él. Esta realidad, por cierto, es casi la misma en muchas partes del país.

Estos factores afectan de distintas maneras al consumo local y al turismo en el Área Metropolitana de Guadalajara. Sin embargo, hay otros escenarios que han ido conformando otro rostro de Guadalajara y que consideramos indispensable analizar, pues se trata de nuevas propuestas económicas, culturales y de esparcimiento que significan tanto fuentes de ingresos como una manera de mejorar la percepción pública de la metrópolis.

Una parte fundamental de nuestra investigación es el fenómeno turístico. Es necesario, por ello, conocer datos y estadísticas sobre el turismo en el AMG y en el estado, ya que forma parte sustancial de su contexto socioeconómico y cultural.

Creemos que es muy necesario seguir promoviendo el AMG como un destino turístico, de negocios y reuniones; un lugar donde el turismo recreativo, el turismo de salud y el turismo deportivo sean de vital importancia para el desarrollo económico.

El AMG tiene mucho que ofrecer al turista local, foráneo y extranjero: arquitectura, folklore, gastronomía, arte, deportes y entretenimiento, entre otras muchas cosas que hacen de esta ciudad una opción muy atractiva.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, el AMG cuenta con 22,574 cuartos de hospedaje, la mayor parte de éstos se concentran en el municipio de Guadalajara (65.9%), seguido por Zapopan (19.8%). Una mayoría de turistas se quedan un promedio de tres noches, por eso consideramos un reto proponer lugares que ofrezcan alternativas que también llamen la atención de los visitantes que vienen a conocer el tequila y los mariachis.

El 50% del turismo en Jalisco visita el AMG. En el 2012 ésta recibió un total de 9.26 millones de visitantes nacionales. Es mucha la gente que viene a Guadalajara y municipios vecinos en calidad de turista, pero de la misma manera la gente que habita en la ciudad fomenta el consumo local. Gran parte del turismo en la ciudad es familiar, aunque también existen los turistas solitarios y aquellos que viajan en pareja o con amigos. A pesar de que las cifras demuestran que Guadalajara es un destino turístico muy frecuentado, la Secretaría de Turismo afirma que “el crecimiento urbano desordenado con todas las implicaciones que tiene en términos de paisaje, efectos sobre el patrimonio arquitectónico, movilidad, calidad del transporte y tiempos de recorrido; contaminación del aire, entre otros, se convierte en un fuerte desincentivo para la llegada de inversionistas y para la explotación de la ZMG como atractivo turístico” (Sectur, 2013).

Guadalajara tiene como reto enfrentar y resolver sus debilidades en materia de crecimiento poblacional, violencia e inseguridad, corrupción y crecimiento urbano desordenado para poder potenciar esa otra cara de la ciudad plétórica de riqueza cultural y artística. Conocer la otra cara de Guadalajara en el contexto en el que se encuentra

actualmente resultará seguramente en una experiencia gratificante y enriquecedora para turistas nacionales, internacionales y, desde luego, para los propios habitantes.

## **2. Desarrollo**

### **2.1 Sustento teórico y metodológico**

#### *2.1.1 El turismo*

Centros de Investigación en Turismo (RICIT) define el turismo como “El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto esa permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa” (2001).

El turismo es, a su vez, experiencia. Experiencia para el turista y con base en sus vivencias como tal; experiencia para quienes laboran en el sector turístico ofreciendo sus servicios y son capaces de distinguir los diferentes tipos de turistas; experiencias y vivencias que esta interacción deja en ellos.

Alexandre Panosso (2012) ofrece un enfoque novedoso para estudiar al turismo basado en la fenomenología, ya que las teorías que se han usado para su estudio se han preocupado más por las relaciones de consumo que en el fenómeno del turismo como un proceso que se desarrolla en el tiempo y en el espacio, y como una actividad altamente dinámica.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo”.

De la Torre Padilla ofrece la siguiente definición: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (De la Torre Padilla, 1980).

Neil Leiper y John Hunt coinciden en que no es una tarea sencilla definir al turismo pues este término ha estado evolucionando y se ha adaptado a los cambios que ha sufrido esta actividad a lo largo de los años.

Como fenómeno contemporáneo en su máxima expresión, el turismo tiene una importancia primordial en la economía mundial, como ya habíamos mencionado. De manera que los países que destinen mayores recursos para el fomento de esta actividad y que establezcan regulaciones para las inversiones en este rubro materia son los que lograrán mayores beneficios directos para la sociedad, la economía y el medio ambiente.

Es posible afirmar que la actividad turística como fenómeno global ha crecido en forma sostenida en nuestro país y ha generado grandes beneficios económicos al país. De esta manera el turismo se ha colocado como la tercera fuente de divisas, sólo después del petróleo y las manufacturas. El turismo se duplicó en 25 años; en el 2011 se contaron 22,685,000, 15 millones más respecto de 1980. En 2012 México se ubicó en el 10° lugar como destino turístico. Francia, con 79.5 millones de visitantes, es el líder a escala mundial, seguido de Estados Unidos y China con 62.3 y 57.6 millones, respectivamente.

“El turismo está íntimamente vinculado a los cambios políticos, económicos y sociales que se registran en el ámbito internacional. Por lo tanto, debemos partir de la premisa de que la creciente dependencia entre todos los países, en el futuro las fronteras que conocemos tendrán un contenido más cultural y de idiosincrasia que geográfico o económico” (Miguel Torruco Marqués, 2013).

Según Brohman (1996), el término “turismo alternativo” ha sido utilizado para significar lo que se opone, prácticamente, al turismo masivo. En suma, es aquel en el cual los viajeros deciden tomar vacaciones distintas a las que tradicionales. Lo que da pie para impulsar una perspectiva más local y personal de la ciudad, pensar una interacción diferente de los viajeros con la ciudad y sus habitantes.

En este trabajo queremos hablar del turismo no solamente para viajeros provenientes del extranjero o foráneos de otros estados que visitan nuestra ciudad, también de cómo los habitantes del AMG pueden ser turistas de esta metrópolis, descubrir lugares nuevos o que no sabían que existen y que pueden ser de gran interés. No queremos solamente descubrir un turismo alternativo para los visitantes, también deseamos impulsar los negocios locales, los nuevos artistas, la cultura que se produce actualmente en esta ciudad para disfrute de todos, visitantes y habitantes.

### 2.1.2 Mercado

Según Ivan Thompson, cada persona tiene una definición distinta de lo que es el mercado, que va en función de lo que mejor le parece o conviene. Por ejemplo, para un accionista el mercado tiene una relación inseparable del capital; para una ama de casa el mercado es el lugar al que va a comprar los productos que necesita para. En términos económicos, el mercado es aquel donde se reúnen los vendedores y compradores, y donde se determinan los precios de los bienes y servicios de acuerdo con la oferta y la demanda de los productos (Ivan Thompson, 2017).

Stanton, Etzel y Walker, autores de *Fundamentos de marketing*, definen el mercado —para propósitos de marketing— como “las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo”. Por otro lado, desde la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor de *Principios de economía*, el mercado es “un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta”.

### 2.1.3 Consumo local

#### *Entrevista con Alejandro Serratos*

El concepto de consumo local forma parte importante de nuestra investigación, por lo que para consolidar el marco teórico y metodológico decidimos realizar una entrevista con Alejandro Serratos, de manera que la opinión y los conocimientos de un experto sobre un concepto con el que ha trabajado muchos años puedan ser plasmados en este proyecto. No fue el propio Alejandro quien nos concedió la entrevista, pues por cuestiones de agenda y de trabajo le fue imposible reunirse con nosotros. Fue su asistente, Juan Pablo Gómez, quien respondió a nuestras preguntas.

Según Juan Pablo, el consumo local es un factor muy importante en los ingresos económicos de la ciudad. “Definitivamente, si no hay consumo local, prácticamente todo el producto es importado, ya sea de otras ciudades, de otros países, y es importante para



la economía y es ideal tener un comercio más justo en el cual se reducen costos, ya que no se tienen que transportar productos a grandes distancias y se pueden generar productos más competitivos”.

Asimismo, destaca que ahora, más que antes, hay una tendencia hacia la producción local, ya que se ha visto que puede ser muy rentable. Desde sus inicios en los barrios más tradicionales, donde los habitantes acudían a la pescadería, a la zapatería, a la carnicería de la esquina, y hasta la actualidad, cuando la producción y el consumo local se han expandido a las colonias más prósperas, como la Americana, Providencia y otras.

Así como el consumo local, el turismo también es un factor importante de los ingresos económicos de la ciudad, dice Juan Pablo: “Guadalajara tiene una esencia en la mente de los turistas como un concentrado de México. Lo que ellos conocen de México es asociado con Guadalajara como el mariachi, el tequila, la comida, la arquitectura, la gente. Es un punto turístico muy importante y este tipo de proyectos ayudan a potenciar eso.”

“El Taller México”, dice Juan Pablo, “ya va a cumplir diez años, por lo que llevamos ya bastante tiempo trabajando en el ámbito del consumo local. Empezamos como un despacho de diseño gráfico, que fue evolucionando más a la producción de eventos, el interiorismo, etc., definitivamente con el propósito de impulsar la producción y el consumo local, ésa siempre ha sido nuestra visión.”

Se han llevado a cabo varios proyectos que tienen como finalidad impulsar el consumo y la producción local. Un claro ejemplo es el Roxy, un festival dedicado a reunir artistas musicales de diferentes nacionalidades y diferentes estilos musicales como el rock, jazz y alternativa. Al mismo tiempo ofrecer diferentes opciones gastronómicas que hay en Guadalajara. Su primera edición fue el 17 de Abril del 2017, en donde incluyen también actividades para pequeños. Un evento 100% familiar. Juan Pablo nos cuenta cómo fue su acercamiento a este proyecto y cómo ha ido evolucionando. En 2003, Alejandro Serratos, junto con su equipo y empresa, rentó el Roxy para organizar un concierto en el que participaron los grupos Fangoria, RadioHead, Café Tacuba, Mano Negra y otros más. Años más tarde, en el 2014 se enteró que en el lugar del Roxy se construiría un estacionamiento, por lo que decidieron tomar cartas en el asunto y

compraron la propiedad. Actualmente se está realizando el proyecto ejecutivo con la finalidad de “rescatar este foro para que tenga una infraestructura para realizar obras de teatro, foros de televisión, que sea un espacio multiusos y en conjunto con las propiedades que originalmente eran de ese lugar se compran para crear espacios para galerías de arte, oficinas para la fundación, etc. [...] Ahorita lo estamos llamando Complejo Cultural Roxy y cuenta con la sala Roxy, la fundación y algunos espacios comerciales como oficinas de co-work, tiendas de diseño y cafeterías”.

Además del Roxy, Alejandro Serratos tiene más proyectos en puerta. En estos días se terminan de construir unos departamentos en Pedro Moreno, las Villas Calavera. “Las Villas Calavera son casas cuya finalidad es reactivar el patrimonio tratando de ser lo más respetuoso posible, jugando con materiales y mano de obra locales para que tenga un aspecto local, tapatío pero contemporáneo, que se entienda la época en la que vivimos.”

Asimismo, Juan Pablo cuenta que también tienen una sección para patrocinar actividades culturales y brindar hospedaje a los protagonistas de éstas. Por ejemplo, Periplo, un festival de circo, a cuyos performers les dieron hospedaje. Así, junto con el Roxy, se podrán crear alianzas con personajes importantes para la cultura y propiciar la creación de contenidos novedosos.

Por último, le preguntamos a Juan Pablo si consideraba que sus proyectos van dirigidos a los habitantes de la ciudad o a los turistas nacionales e internacionales. “A todos. Por ejemplo, Villas Calavera es un hotel, por lo que va más enfocado a turistas. Por otro lado, el Roxy está más pensado para los locales, para los habitantes del AMG. Queremos también atender una demanda para la región, como Michoacán, Colima y Jalisco en general.”

## 2.2 Planeación y seguimiento del proyecto

En primera instancia, es muy importante definir con precisión el objeto de estudio, empezando con la delimitación del tema y los objetivos específicos. Después seguimos con la consulta de referencias bibliográficas que ofrecieran el sustento teórico de la investigación. Se consultaron principalmente fuentes oficiales de instituciones como el INEGI, la OMT, la ONU, el Gobierno de Jalisco, entre muchas otras, para desarrollar los antecedentes y el contexto.

Para elaborar el marco teórico fue fundamental revisar autores que han abordado los temas de turismo alternativo y consumo local. Asimismo, se realizó una entrevista con el asistente de Alejandro Serratos, Juan Pablo Gomez, quien habló sobre el concepto de “consumo local”.

Para la segunda etapa de la investigación dividimos el equipo de cuatro integrantes para realizar entrevistas y la investigación de campo, para poder cubrir la cantidad de lugares y personas. Dos integrantes se encargaron de abordar los temas de arte y entretenimiento nocturno y las otras dos se encargaron de investigar sobre gastronomía y mercados.

Para arte y entretenimiento se visitaron una galería (Curro) y un bar (El Agüita) para gastronomía y nuevos mercados, el restaurante Savia y el Mercado México. Con respecto a estos cuatro lugares preparamos entrevistas para conocer a profundidad sus características, su historia, su política y conceptos, su clientela, además de cuestiones como precios, horarios y otros detalles.

Como parte de nuestra investigación, creamos un directorio de “turismo alternativo” que para ofrecer al público información sobre los lugares emergentes e innovadores del AMG que tienen como propósito enriquecer la cultura de los tapatíos. Para esto hicimos una investigación de diez lugares por sector, en la cual damos una breve descripción del lugar, sus productos principales, contacto, ubicación y horarios.

Para esta investigación decidimos enfocarnos únicamente en un lugar por sector, debido al poco tiempo con que se cuenta y a nuestra intención de realizar un trabajo de calidad. El proyecto quedará abierto para que en un futuro sea posible continuar con la

investigación y poco a poco ir abarcando cada uno de los diez lugares seleccionados en cada sector.

Como producto final decidimos hacer una cápsula en video para cada lugar seleccionado, cuatro cápsulas en total acompañadas por cuatro entrevistas. Las cápsulas de video podrán tener formato de documental o incluso de spot publicitario, de manera que puedan servirles a esos lugares para fines comerciales o de publicidad. El producto final será entregado a cada lugar a manera de agradecimiento, por lo tanto, no será vendido.

Plan de trabajo:

Actividad	Fecha
Entrevista Savia	2 de junio de 2017
Entrevista Mercado México	14 de junio de 2017
Entrevista El Agüita	14 de junio de 2017
Entrevista Curro	21 de junio 2017
Producción Savia	26 y 30 de junio de 2017
Producción Mercado México	23 de junio de 2017
Producción El Agüita	29 de junio 2017
Producción Curro Galería	30 de junio 2017

## **2.3 Justificación de los lugares elegidos**

### **Savia y gastronomía vegana**

Escogimos abordar la comida vegana y vegetariana en el ámbito gastronómico porque consideramos que hay una tendencia creciente en este estilo de vida alternativo. Pensamos que es importante dar a conocer tanto a los turistas como a los consumidores locales del AMG restaurantes y negocios emergentes que impulsen una alimentación saludable basada mayormente en frutas, verduras, nueces y granos. De esta manera, podemos ofrecer a través del directorio una amplia variedad de opciones para comer en Guadalajara fuera de los tradicionales tacos y tortas ahogadas.

Elegimos específicamente Savia porque creemos que es un claro ejemplo del crecimiento y demanda de la alimentación vegana y vegetariana. Los dueños empezaron cocinando y sirviendo sus platillos en su casa para conocidos. Fue tan exitosa su propuesta gastronómica que se fue corriendo de boca en boca el nuevo negocio. Se convirtieron en un restaurante “clandestino”; no contaban con menú y servían únicamente cenas, para dos personas y con el platillo del día. Tuvieron tanto éxito que decidieron emprender y llevar su idea a un pequeño restaurante abierto al público y con una variedad de platillos en su menú. Como Savia, creemos que muchos otros negocios de comida vegana y vegetariana pueden impulsar al consumo local de alimentos saludables hechos en casa y preparados con ingredientes 100% naturales y orgánicos.

## **Mercado México y bazares alternativos**

Elegimos el Mercado México y los demás bazares porque creemos que en el ámbito de bazares y mercados en Guadalajara son los más populares y conocidos por un sector de la sociedad tapatía. Además, lo más importante, es que todos apoyan el consumo local de los mexicanos, y es algo que nos parece uno de los principales puntos del trabajo. Ya que todos estos locales además de ser parte de una guía turística alternativa, también forman parte un gran apoyo al consumo local en Guadalajara, por ejemplo, Mercado México, por todos los empleos que genera, empleos directos e indirectos, como los proveedores o los meseros, incluso los mismos restauranteros. Los bazares, apoyan el consumo local ya que en la mayoría de los elegidos se venden puros productos hechos por mexicanos, desde joyería, ropa, libretas, gorras, velas, comida, entre otros miles de opciones que puedes encontrar de marcas mexicanas.

El bazar de antigüedades el Trocadero es el único que tiene un concepto distinto a los demás, sin embargo, decidí incluirlo ya que tiene un fuerte impacto en el consumo local y además es un bazar que nadie debe dejar de conocer, debido a que es muy alternativo en comparación con otros, ya que es uno de los pocos lugares que venden cosas tan antiguas, son muchos de ellos artefactos que ya no encuentras en ningún otro sitio, y auténticos de la época en la que se crearon. Esto lo consideramos alternativo, ya que hoy en día, las personas alternativas utilizan cámaras viejas, lentes viejos, ropa vieja incluso en algunos casos, por lo que este mercado es perfecto para encontrar todo eso que utilizan.

## **El Agüita y entretenimiento nocturno**

Escogimos El Agüita Agavería como principal objeto de esta sección por lo que es y representa. Es un lugar ubicado en la colonia Lafayette (Marsella 167), a una cuadra de Av. Chapultepec, que comenzó como una mezcalería pero al darse cuenta de que había muchas más cosas que ofrecer al público con respecto a destilados mexicanos decidieron cambiar su nombre, y hasta su concepto e idea del lugar, para tratar de convertirse en un lugar que impulsará a los productores locales, ofreciera información sobre estos licores

poco conocidos de nuestro país, y enseñarlos a los quienes quieran probarlos y descubrirlos. Esto es algo que nos pareció muy parecido al tema central de nuestro proyecto, que es el de conocer la ciudad y sus lugares, perderle el miedo a lo desconocido e impulsar a productores y emprendedores locales. Procuramos que todos los lugares que escogimos fueran por la misma línea de lo nuevo, o bien que no sea tan conocido, lugares que ofrezcan algo diferente y original —como los lugares que enlistamos en el directorio.

### **Curro Galería y Arte**

Curro Galería es una pequeña galería de arte contemporánea que está ubicada en la zona residencial de Andares. La razón por la que decidimos hablar sobre ésta es que no hay otra galería de este tipo en esta zona de la ciudad. El espacio es reducido, aunque sí el necesario para darle el énfasis a las piezas expuestas por artistas locales y de otras partes del mundo. El simple hecho de que se encuentra en un sitio distinto llama a un público diferente; Curro intenta fomentar la cultura artística en este sector, sin embargo, tienen las puertas abiertas a todos, no se cobra la entrada y hay un amplio estacionamiento que es seguro y gratuito. Sus exposiciones son constantes y su presencia en ferias internacionales como Zona Maco en la ciudad de México, Artissima en Italia, Art Los Angeles entre otras les suma prestigio y popularidad a los artistas.

Las otras galerías que se mencionan en el directorio programan exposiciones más específicas. Casa Escorza se centra en muestras fotográficas; Casa Teodora ofrece talleres para explotar el artista que las personas llevan dentro y Ladera Oeste no tiene fines de lucro, pues su objetivo es fomentar en el público la admiración por el arte.

En Guadalajara también existe el talento teatral, y pensamos que debe fomentarse el gusto por asistir a las diferentes ofertas y muestras. El Teatro Experimental ofrece puestas en escena de autores locales; Palcco siendo el Palacio de la Cultura y la Comunicación ofrece obras más comerciales, ya que busca alcanzar a más público. Además de puestas en escena, se ofrecen conciertos, conferencias y presentaciones de ballet, jazz, danza contemporánea, folclórica, entre otras. Elegimos opciones que se encuentran en diferentes puntos de la ciudad que apelan a distintos públicos.

### **3. Resultados del trabajo profesional**

#### **3.1 Reseñas de los lugares visitados**

##### **Savia**

Savia es uno de los pocos restaurantes veganos que se pueden encontrar en el AMG. Ubicado en la avenida Rubén Darío 1531-B, quiere ser más que un espacio gastronómico, ya que también tiene un propósito activista. Los creadores, el matrimonio Javier y Lorena Miranda, decidieron mezclar su pasión por la cocina con su interés social relacionado con el concepto vegano. Después de conocer a sus socios, Raúl y Alejandro, se dieron cuenta de que ambos estaban trabajando por un mismo proyecto, por lo que decidieron juntar sus ideas para crear este restaurante con el objetivo de ofrecer nuevas propuestas a las personas de una manera sencilla y deliciosa.

A pesar de que cada vez es más conocido el término vegano y su difusión se va extendiendo, todavía falta mucha conciencia para que sea desarrollado en términos amplios. Por eso mismo, Lorena, con su amor a la cocina, busca experimentar con recetas para satisfacer el gusto de los clientes y así tener retroalimentaciones positivas y al mismo tiempo fomentar la alimentación vegana. Savia también tiene un bar de jugos y smoothies, lo que hace un menú más completo. La satisfacción de los clientes genera una conexión con los fundadores que los motiva cada día a seguir ofreciendo un buen servicio.

Como ya se dijo, Savia es un restaurante que no usa productos animales, aunque eso no significa que su clientela deba de tener una alimentación estrictamente a base de vegetales. Uno de los objetivos es satisfacer a todo tipo de clientes, pues 80% de la clientela come carne. Esto muestra que los creadores del restaurante están logrando paulatinamente una de sus metas iniciales: dar a conocer la variedad de alimentos que existen sin la utilización de productos animales. Una de las maneras en que introducen este tema para llamar la atención de los consumidores es creando platillos conocidos y típicos del paladar mexicano, pero sustituyendo algunos ingredientes por otros más saludables, es decir quitando el producto animal y sustituirlo con vegetales o nueces que



son nutritivos y amigables con el medio ambiente. Algunos ejemplos son las tortas ahogadas, las flautas, los burritos y chilaquiles, entre otros.

Este proyecto es una prueba de los logros que pueden alcanzarse gracias a una la constancia, la pasión y sobre todo el interés, reuniendo algo tan cotidiano como la comida con la revolución social que significa el cambio de la alimentación carnívora por una más amable con la salud y con el planeta. A pesar de llevar menos de dos meses activos, gracias a la mercadotecnia y la publicidad en las redes sociales, Savia ha ido creciendo y poco a poco se va enlazando con la calidad de vida de los vecinos y ciudadanos tapatíos.

## **Mercado México**

Mercado México es un mercado gastronómico y de otros productos muy diversos ubicado en la colonia Americana y Lafayette, una zona céntrica del AMG. Ahí se ofrecen distintos tipos de comida en un solo lugar, desde la comida japonesa, hamburguesas, pastas, pizzas, típica jalisciense, antojitos, postres, bebidas, mariscos y vegana, entre muchas otras. Es el primer mercado de ese tipo en Guadalajara. Inspirado en conceptos europeos y estadounidenses semejantes, tiene los toques propios de los lugares tapatíos. En el Mercado México la familia y los amigos tienen diversas opciones para elegir lo que se les antoje.

En este espacio se alecciona a los restauranteros para que compartan las mesas e incluso a los clientes entre sus propios negocios; los clientes son de todos, ya que Mercado México los convoca. A pesar de que el mercado es gastronómico en su mayoría, también hay locales también de venta de bicicletas, barberías, tiendas de lentes, artesanías, lo que incrementa la variedad de asistentes. Algo que debe resaltarse es que los clientes no tienen un perfil específico, los locatarios quieren un perfil amplio, desde extranjeros hasta locales, todo tipo de grupos étnicos, y de grupos, como por ejemplo grupos de jóvenes, familias, o personas mayores. Quien los visite es bienvenido en el mercado.

Mercado México tiene una gran importancia en cuanto al consumo local, ya que genera muchos empleos de manera directa e indirecta, desde los empleados a los

proveedores de los restauranteros y demás locales; incluso la construcción y gestión del Mercado México les dio empleo a muchos trabajadores.

Los tapatíos se enorgullecen de la variedad gastronómica del AMG, por lo que el Mercado México ya forma parte de la identidad cultural de ésta al ser un lugar en el que convergen distintos tipos de comida típica y de otras regiones del mundo, pero con un toque tapatío que los convierte en restaurantes con platillos únicos, donde los clientes experimentan sabores y platos que no son tan frecuentes en otros lugares. Además de eso, tienen la posibilidad de probar y de elegir entre muchas opciones en un mismo lugar.

## **El Agüita**

Adrián Luna, cofundador de El Agüita Agavería, nos cuenta que su bar surgió a partir de la tendencia en favor del mezcal que se originó en la Ciudad de México hace unos cinco años, aunque también fueron descubriendo nuevas cosas y quisieron darlas a conocer, como los múltiples destilados de agave que hay y que muchas personas no conocen, como la raicilla, la tusca y otros que son originarios de distintas regiones de Jalisco y de México. La idea original era una mezcalería, pero al acercarse los proveedores de distintos destilados se dieron cuenta de que había muchos más productos que ofrecer, y de ser solamente una mezcalería decidieron cambiarla por una agavería.

Al advertir que lo que más consume el tapatío en bebidas alcohólicas es el whiskey —sobre todo Johnnie Walker—, en este bar quisieron concentrarse en lo que se produce localmente y darle impulso, por esa razón en El Agüita es muy poca la oferta de licores importados, y mucho mayor la oferta de licores producidos local y nacionalmente. Aunque en este momento su clientela es mayormente local, reciben turistas de otros países, y van en aumento debido a sus conexiones con gente del mismo ámbito que hacen visitas a fábricas de licores y bares del país. Lo que quieren vender en El Agüita, además, es información y nuevas experiencias, perderle el miedo a lo desconocido y experimentar de diferentes maneras.

El Agüita se promueve de boca en boca, sobre todo, y su atención al cliente genera lealtad y confianza en éstos.

## Curro Galería

Es una galería fundada por dos amigos, Curro y Poncho, hace ocho años, con el deseo de exhibir arte contemporáneo. Curro y Poncho se separaron hace poco y ahora la galería la dirige Francisco Borrego (Curro).

La galería representa artistas contemporáneos seleccionados por su propuesta estética, más en una línea minimalista y arquitectónica, y es importante que su obra esté ligada a un discurso filosófico. Las piezas que se exhiben son instalaciones, videos, fotografía, escultura —arte contemporáneo, en general.

En el principio Curro era de las pocas galerías de arte contemporáneo en Guadalajara, a diferencia de la actualidad, en que ya hay varias que se especializan en este género. Luna Ibarra, la encargada de relaciones públicas y ventas en Curro, dice que ya hay suficientes galerías de arte en el AMG pues el mercado es sumamente reducido, y la información y educación sobre el arte conceptual es muy poca. Considera que para el mejor movimiento y funcionamiento del arte debería de haber estrategias de captación de nuevos públicos y propuestas de acercamiento de la gente a este “mundo”; hacer que las personas le pierdan el miedo al arte conceptual contemporáneo, a ver y comprar este tipo de arte.

Los mayores compradores de la galería son extranjeros, por la misma razón de que el mundo del arte contemporáneo en Guadalajara es un tanto desconocido y dirigido a un sector con un poder adquisitivo muy alto. Por esto compartimos la opinión con Luna de que debería haber galerías con artistas jóvenes que vayan empezando con precios más accesibles, que atraigan diferentes públicos y nuevas generaciones, propiciando que las galerías crezcan con estos nuevos públicos y de esta manera el “mundo” del arte en Guadalajara pueda llegar a ser más equilibrado.

La galería Curro se encuentra en una zona residencial y empresarial muy exclusiva de la ciudad de Guadalajara, por lo cual en ocasiones les resulta difícil captar nuevos públicos, pues se han dado cuenta de que esto genera cierto miedo en las personas que son invitadas a las inauguraciones o que simplemente quieren visitarla. La galería se ha dado a conocer de boca en boca, y en el ámbito internacional en ferias de arte en distintas

partes del mundo a las que asisten para promover a sus artistas, que es en donde más venden.

Curro representa varios artistas, que son los que exponen en la galería y promocionan en las ferias, la galería financia el 50% de las obras de los artistas que representa. En este momento la exposición que se encuentra en la galería es de un artista (Richard T. Walker) que está en periodo de prueba para ver si será representado por Curro.

Los artistas que representa la galería son Alejandro Almanza Pereda, Christian Silvan, Cristina Garrido, Francisco Ugarte, Juan Capistran, Alfonso Villalobos, Mauricio Alejo y Octavio Abundez, de los cuales dos son internacionales (Chile y España) y los demás mexicanos, tres de ellos de Guadalajara; cabe destacar que la galería siempre está en búsqueda de nuevos artistas que representar.

Curro es una galería de arte contemporáneo abierta a todo tipo de públicos que quieran aprender y perder el miedo al arte contemporáneo.

### 3.2 La comida vegana

Al haber elegido exclusivamente restaurantes y tiendas de comida vegana en el área de gastronomía, es importante investigar sobre las ventajas que tiene este estilo de alimentación y de vida.

Ser vegano hoy en día se ha convertido en una tendencia. La palabra “vegano” ha adquirido una gran popularidad y ha desatado encendidas polémicas en torno a la alimentación. Pudiera parecer que ser vegano está de “moda”, ya que cada vez hay más variedad de lugares que se dedican a promocionar esta nueva dieta, como restaurantes, tiendas naturistas, organizaciones y grupos dentro de las redes sociales, dedicados a compartir experiencias, recetas e información sobre la comida vegana.

La salud y la nutrición son esenciales para el desarrollo de la vida humana. Al comer no sólo estamos satisfaciendo nuestro apetito con alimentos de buen sabor, también estamos alimentando nuestro organismo con nutrientes y fibras que nos permiten estar saludables. Por esto es muy importante crear conciencia y estar informados sobre cuáles productos estamos introduciendo en nuestro cuerpo y cuáles de ellos favorecen o entorpecen su desarrollo.

Podríamos empezar por responder a la pregunta: ¿Qué significa ser vegano? Según Rocío Buzo, en su artículo “¿Qué es el veganismo?”, la alimentación vegana carece de productos de origen animal como fuente de nutrientes. “El veganismo no es sólo una dieta, sino un estilo de vida basada en el respeto al derecho de vivir de todos los seres vivos”.

La dieta vegana es principalmente a base de frutas y verduras, granos y legumbres. Los productos que comúnmente podemos encontrar en una dieta vegana son: lechuga, espinaca, coliflor, col morada y col blanca, jengibre, ajo, camote, papa, pan, pasta, cacahuetes, lentejas, frijoles, arroz, aguacate, jitomate, brócoli, zanahoria, chayote, calabaza, champiñones, plátano, manzana, naranja, y así podría dar una inmensa lista de todas las frutas, verduras y granos que existen. Los veganos tienden a reemplazar los lácteos y la carne con soya, tofu, almendra, arroz, coco, etc. Así, los veganos también consumen licuados, hechos con leche de coco en lugar de leche de vaca, pizza, hecha con queso de almendra en lugar de queso de vaca o cabra, tacos,

hechos con soya en lugar de con carne al pastor, hamburguesas, hechas con portobello o garbanzo en lugar de carne molida, etc.

Los veganos defienden la idea de que los animales tienen el mismo derecho a vivir que los seres humanos y consideran que comer carne o productos de origen animal es un atentado contra la vida. Aunque no es únicamente esto lo que argumentan los veganos al dejar de lado los productos de origen animal en la alimentación

ser vegano también es una forma de ayudar al medio ambiente y a no contribuir con el calentamiento global y la deforestación, pues consumir carne supone una gran demanda de ganado y aves de corral que consumen grandes cantidades de grano y agua mientras son criados para después ser sacrificados.

La ONU informa que el ganado no sólo incide en el calentamiento global, sino que es la principal causa del consumo de recursos y de la degradación ambiental que destruye el planeta (ONU 2016) Por ejemplo, para preparar una sola hamburguesa se necesitan más de 2,500 litros de agua, la que se necesita para bañarse durante dos meses. En Estados Unidos, según el documental *Cowspiracy* (Kip Andersen, 2014), distribuido por Netflix, 5% del agua es para consumo doméstico, mientras que 55% se destina a la agricultura animal y ganadería.

De acuerdo con este documental, todas las organizaciones y activistas que tienen como meta salvaguardar el medio ambiente esconden la información sobre los efectos negativos de la ganadería y crianza de animales porque temen perder su vida, ya que el gobierno y las grandes industrias alimenticias se esfuerzan en ocultar esta información para que la gente no deje de consumir productos de origen animal.

Consumir productos animales no sólo afecta nuestra vida, también la de nuestro planeta. Instituciones como el Centro de Investigaciones sobre el Cáncer (CIIC), órgano especializado de la oms, evaluó que consumir carne y lácteos está directamente relacionado con problemas de la salud como diabetes, obesidad, enfermedades cardiovasculares y varios tipos de cáncer. Afirman que que la carne procesada y los embutidos son clasificados como cancerígenos. (OMS 2015)

Un estudio realizado por la American Diabetes Association en 1986 trató de relacionar la diabetes con el consumo de carnes y embutidos. Siguieron la dieta de 42,504 hombres de 40 a 75 años que consumían estos productos y que todavía eran libres del

diagnóstico de esta enfermedad. Durante 12 años de seguimiento se diagnosticaron 1,321 casos de diabetes tipo 2.

Según la OMS (2016), a escala mundial hay 315 millones de personas con diabetes. En México 4 millones de personas están diagnosticadas con esta enfermedad y es la segunda causa de muerte en el país. Además, somos el segundo país en el mundo con mayor obesidad y sobrepeso.

Por otro lado, el cáncer es la tercera causa de muerte en México. Se diagnostican al año 23 mil casos de cáncer de mama. Según la OMS, cada año se detectan 1.38 millones de nuevos casos y fallecen 458 mil personas por esta causa. El cáncer de próstata es la cuarta neoplasia en el plano mundial y en México la más frecuente desde 2012. Todas estas enfermedades tienen que ver con la manera en la que nos alimentamos.

La OMS ha declarado a los embutidos, principalmente la salchicha y el tocino, grandes cancerígenos, directamente asociados con el cáncer en los seres humanos. Se dice que comer hot-dogs o huevos con tocino puede ser tan dañino como fumar varios cigarrillos al día. La OMS también declaró que consumir 50 g de carne procesada al día aumenta en 18% la probabilidad de padecer cáncer color rectal.

Lo más impresionante es que en los sitios web y en las redes sociales de las organizaciones que luchan contra el cáncer y la diabetes podemos encontrar recetas y tips alimenticios para prevenir o sobrellevar estas enfermedades con platillos llenos de carne procesada, pollo y lácteos. ¿Cómo es posible que las organizaciones que tratan estas enfermedades promuevan el consumo de los productos que las causan? En el documental *What the Health* (Kip Andersen, Keegan Kuhn, 2016) podemos encontrar una explicación tan sencilla como siniestra a esta incoherencia. En Estados Unidos las organizaciones y fundaciones que tratan enfermedades crónicas como el cáncer y la diabetes son patrocinadas por las grandes industrias de los lácteos y la carne, como Tyson, Kraft, Danone, KFC, Taco Bell y Yoplait, entre otras. Esto quiere decir que organizaciones como la American Cancer Society, Susan G. Kommen (fundación contra el cáncer de mama) y la American Heart Association están recibiendo millones de dólares por parte de empresas que se dedican a vender productos de origen animal. Por lo tanto, se puede deducir que no les conviene dar información sobre los efectos negativos de

estos productos sobre la salud. Así como la industria tabaquera, en las cajetillas de cigarro coloca imágenes y advertencias sobre los daños que puede causar el producto en la salud, los empaques de carne procesada, lácteos y embutidos también deberían contar con etiquetas, imágenes y textos que advirtieran que se puede desarrollar cualquiera de estas enfermedades al consumir sus productos. De esta manera la gente estaría consciente de los riesgos que corren al comer una hamburguesa o un hot-dog y sabría si deben hacer algo al respecto.

Uno de los mitos más extendidos sobre los productos de origen animal es que necesitamos consumirlos como fuente de proteína. Sin embargo, doctores, nutriólogos y bioquímicos como Michael Greger, Dr T. Colin Campell, Dra. Pamela Popper, Dr. John A. McDougall, Caldwell Esselstyn y Michael Klaper, afirman que nunca en la historia de la medicina ha existido un caso por deficiencia de proteína, ya que toda la que necesitamos la podemos encontrar en frutas, verduras y legumbres, y que al consumir carne, pollo, huevo o mariscos estamos dándole a nuestro cuerpo un exceso de proteína que realmente no necesita, además de alimentarlo de grasas saturadas y grasas transgénicas.

Es por estas razones que una dieta completamente basada en vegetales, frutas y granos es muy recomendada por nutriólogos y doctores para estar saludable y lleno de vitalidad y energía. El estilo de vida vegano, además de defender la vida de los animales defiende y promueve la salud humana. Un jugo verde por la mañana todos los días aumenta el rendimiento físico, el razonamiento y previene la demencia y el alzheimer.

Ser vegano, según Kip Andersen, director de los documentales *Cowspiracy (2014)* y *What The Heath (2016)* es estar comprometido con el medio ambiente y con la salud y sobretodo y con la vida en general. Además, mantener una dieta basada en frutas, verduras, granos y legumbres, puede prevenir e incluso curar enfermedades crónicas y terminales. Por esto, como parte de esta investigación, consideramos muy importante hablar de este tema, basándonos en fuentes y argumentos profesionales de personas que se desarrollan profesionalmente el ámbito de la salud.



### 3.3 El consumo local y la economía mexicana

México es un país lleno de riquezas naturales y excelentes condiciones climáticas, que nos permiten producir gran variedad de alimentos. Y aunque no es novedad que comprar en los mercados locales de nuestro país es mucho más barato que en las cadenas de supermercados, es inevitable que los precios de los productos que producimos suban debido al estado actual del país en muchos sentidos, tanto climáticos, corrupción e inseguridad y por supuesto de demanda. Uno se preguntaría como la seguridad de un país puede influir en el precio de sus alimentos; tomemos el aguacate, por ejemplo, la mayoría del aguacate producido en nuestro país proviene de Michoacán, un estado de México que en estos momentos se encuentra en medio de un gran problema de inseguridad, un lugar donde inclusive pasar por sus carreteras representa un gran riesgo, lo cual representa que suban las tarifas de transporte y esto se vea reflejado en el precio del aguacate. Y esto con muchos alimentos y productos más que son producidos en nuestro país.

Es por esto que pensamos que la mayoría de los productos que consume el mexicano deberían ser locales, y digo mayoría porque las grandes empresas mexicanas también forman gran parte de nuestra economía como país, pero si consumimos productos de todo tipo y de diferentes lugares, el crecimiento de la economía sería más equitativo. ¿Cómo esperamos que mejore la economía mexicana si no compramos artículos mexicanos?

¿Qué consumen los mexicanos?

De acuerdo con la encuesta nacional agropecuaria (ENA, 2014), la base de alimentación de los mexicanos sigue siendo frijol y maíz. Cada habitante en promedio consume 188 kilogramos de maíz y casi 13 kilogramos de frijol anualmente. A pesar de que solo se destinan 4 de 10 hectáreas de cultivo para la producción de alimentos, la actividad agrícola comercializo 73% de su producto, mientras el 23% de este fue para consumo (animal o humano).

Otros alimentos que tienen mayor consumo son los de origen animal. Cada año aumenta su adquisición como su precio, en especial la carne, pescados y mariscos. Según la ENA, el consumo de bovino subió a 28.4 millones de cabezas, el porcino a 14 millones, y las aves rebasa los 231 millones.

Y así como ha aumentado el consumo de estos alimentos, la inflación de los precios de productos de la canasta básica a lo largo de 9 años (2005-2014) han afectado principalmente estos alimentos, la carne aumentó un 83%, panes y cereales 82% y los aceites y grasas un 80%.

Todo lo anterior hablando respecto a alimentos y tomando en cuenta que lo que consumimos en este sector es 100% mexicano, pero qué hay de otros sectores; hablemos de la moda y su consumo en México.

Según una encuesta del Cotton Incorporated's Mexico Consumer Survey, a 900 consumidores mexicanos. Hombres y mujeres, de entre 15 y 50 años, de los segmentos económicos AB, C+, y C, las prendas más vendidas en México son calcetines, ropa interior, camisetas, camisas de vestir y vaqueros. En promedio, los consumidores gastan en ropa alrededor de 11,200 pesos al año. Los principales factores que determinan la compra de las prendas son calidad (95%), comodidad (95%) y ajuste (94%). Parece ser que el precio es secundario pues sólo 13% de los mexicanos encuestados dijeron comprar únicamente ropa de oferta.

La compra de ropa se divide entre las tiendas nacionales e internacionales. Liverpool encabeza la lista de las nacionales (19%), seguida de Aldo Conti (10%), Palacio de Hierro (6%), Suburbia (8%) y Men's Factory (5%). Entre las tiendas internacionales más concurridas por los mexicanos están Zara (8%), C&A (7%), Sears (6%), Bershka (6%) y Shasa (5%).

Como podemos ver las tiendas boutiques, mercados y pequeños diseñadores mexicanos quedan fuera del mapa. Y aunque el mexicano, según esta encuesta si consume en tiendas de origen mexicano, es en grandes cadenas y no en tiendas o a personas locales, esto puede ser por lo que la producción de pocas prendas representa un costo más alto de producción que la producción en masa, dejando las prendas de pequeños negocios con precios más altos que los de las grandes cadenas de ropa en

México. Representando esto que el consumidor mexicano prefiera ir a grandes cadenas con precios más “bajos” que recurrir a medios alternativos de compra. Aunando esto a la poca distribución y publicidad con que cuentan los pequeños productores, el lanzar un producto nuevo se vuelve mucho más difícil y costoso, lo que representa un aumento más en sus productos, complicando la venta de los mismos.

Xavier Miranda, uno de los fundadores de Savia, nos comenta acerca del consumo local a través de una entrevista.

1. ¿Cuáles son los ingredientes más utilizados en la cocina vegana?

Los ingredientes más utilizados son muy variados, no hay una lista de “los más utilizados”, sin embargo, los más especiales que generalmente solo se usan en la cocina vegana es la *levadura nutricional*, que es un ingrediente que se utiliza para darle sabor a los quesos, a las salsas o a otros platillos, y sé que eso no es utilizado para la cocina tradicional. También los condimentos ahumados o algunas sales. Fuera de eso todo es prácticamente lo mismo, frutas, verduras, nueces, se utilizan todo tipo de mezclas, por ejemplo, nosotros nos enfocamos en quesos y lo que más utilizamos para ello son nueces y leche de coco, como bases para ellos, entonces si depende si alguien tiene un estilo en específico para cocinar comida vegana, sin embargo, puedes usar de todo.

2. ¿De dónde obtienen la mayoría de los ingredientes de sus recetas?

En el Mercado de Abastos, tiendas locales, Soriana, pero la mayoría son del Mercado de Abastos o de la tienda que tenemos en la esquina para todas las frutas y las verduras.

3. ¿Al comprar los ingredientes se fijan en lugares donde apoyen el consumo local?

Si, la verdad si tratamos de que todo sea mexicano en la mayoría de sus posibilidades, y si se puede que sea de Guadalajara, Jalisco, pues que mejor que eso, sin embargo, también hemos encontrado algunos super-foods provenientes de Monterrey y los

pedimos de allá, porque realmente son muy buenos, pero si, siempre nos fijamos que sean locales de preferencia nuestros productos.

4. ¿Los precios normalmente elevados de la comida vegana son porque hay poca oferta en GDL o porque los ingredientes son muy caros?

Si claro que hay ingredientes que son más caros, por ejemplo, nuestros quesos son de nueces, que son productos caros y pues claro que más que la leche, entonces si quieres hacer un queso de nueces, eventualmente va a ser más caro que un queso de leche de vaca. Claro que todo esto tiene que ver también con oferta y demanda, las industrias hoy en día están equipadísimas para ofertar productos animales, pero si el caso fuera el contrario, pues serían más baratas las nueces que la carne. Por la forma en que la industria de alimentos está establecida pues los productos veganos suben de precios, pero si tu comparas una dieta vegana con una dieta carnívora, pues sería más barato, ya que las verduras y las frutas están más baratas que la carne, entonces varía mucho el tipo de comidas, hablando de establecimientos y restaurantes pues sería hacer un análisis lugar por lugar, ya que creo que algunos son baratos y hay otros que no tanto, así como en cualquier tipo de comida, depende mucho de la calidad y de los rangos de los restaurantes.

Si haces una comparativa de la comida vegana a la comida normal, creo que los precios están muy al parejo, lo que pasa es que las personas valoran más la carne que las verduras, porque así es la cultura, en realidad en cuanto a costo están pagando lo mismo, por ejemplo, un restaurante promedio en Andares los platillos están en \$120- \$170 si es que es un corte normal de carne, y lo mismo, el restaurante vegano más caro que conozco sirven el platillo desde los \$70 hasta los \$180, entonces realmente es lo mismo, sin embargo tiene que ver más con la percepción de los clientes, creen que por ser verduras o por ser nueces valen menos, o que la preparación no cuenta, pero si creo que en cultura se valora más un producto animal que un producto vegetal, pero en cuanto a costo es lo mismo.

Lo que nos interesa hacer saber a los consumidores locales con nuestro proyecto es, que, sin inversión y consumo a este tipo de nuevas empresas, el crecimiento y

surgimiento de las mismas irá disminuyendo, dejando solo a las grandes compañías a cargo del consumo total de los mexicanos. Necesitamos consumir nuestros propios productos para impulsar la economía local, y por ende nacional de una manera más equitativa.

### **3.4 El gluten y la enfermedad celíaca**

El gluten es una proteína amorfa que se encuentra en la semilla de muchos cereales (trigo, cebada, centeno, espelta, triticale y posiblemente avena) combinada con almidón. Representa un 80% de las proteínas del trigo y está compuesta de gliadina y glutenina. El gluten es el responsable de la elasticidad de la masa de harina, y confiere la consistencia elástica y esponjosa de los panes y masas horneadas. Se puede obtener a partir de la harina de trigo y otros cereales, lavando el almidón. El producto resultante tendrá una textura pegajosa y fibrosa parecida a la del chicle. Por este motivo es apreciado en alimentación por su poder espesante. (FACE, 2017).

De la misma fuente, podemos obtener más información acerca de la Enfermedad Celíaca, o también conocida como EC, la cual es una enfermedad sistémica provocada por el gluten, en individuos que son susceptibles a ello debido a su genética.

*Se caracteriza por la presencia de una combinación variable de: manifestaciones clínicas dependientes del gluten, anticuerpos específicos de EC, haplotipos HLA DQ2 o DQ8 y enteropatía. Esta definición fue actualizada por la ESPGHAN, Sociedad Europea de Gastroenterología Pediátrica, Hepatología y Nutrición en 2012. (FACE, 2017).*

Un porcentaje de pacientes (75%) están sin diagnosticar aún debido a que la enfermedad se relaciona con su forma clásica de presentación. Sin embargo, se han descubierto otras formas de manifestarse, por lo que se han descubierto diferentes tipos de EC, la sintomática, la subclínica y la latente.

El único tratamiento que resulta eficaz para la enfermedad celíaca, es una dieta sin gluten para toda la vida. Sin embargo, si no se tiene un diagnóstico de un especialista

no debe iniciarse una dieta de este tipo, ya que dificultará el diagnóstico de la enfermedad.

Es recomendable consumir productos que sean naturales, ya que los comerciales pueden contener restos de gluten o estar contaminados del mismo. Debe tenerse suma precaución con las harinas que no están certificadas por FACE, ya que es muy probable que estén contaminadas, ya que pudieron haberse procesado en molinos donde se fabrican harinas de otros cereales. (FACE, 2017)

Decidimos incluir esta breve investigación del el Gluten y la enfermedad Celíaca, ya que hoy en día, la intolerancia al gluten es más una moda que una enfermedad, creemos que son pocos los que realmente están enfermos, esta moda, incluso, ha logrado que se abran tiendas en Guadalajara llamadas “Gluten Free”. En estos últimos tiempos, ha salido a flote más información acerca de la comida a comparación de la que teníamos antes, hoy en día la información es más accesible por así decirlo. Por ejemplo, el gluten y la intolerancia al gluten siempre ha existido, sin embargo, no era un tipo de información que estuviera presente en revistas, o en internet, y mucho menos en productos, antes nadie escuchaba hablar del gluten, y hoy en día, ya hay hasta tiendas de productos sin gluten. Es por eso que me atrevo a decir que la intolerancia al gluten es una moda, no para todos por supuesto, pero sí para muchos. En otros tiempos, a las personas que padecían la enfermedad celíaca, les era muy difícil cuidarse, ya que no existían ni los medios ni los productos indicados para hacerlo.

### 3.5 Directorio de turismo alternativo

#### **Gastronomía**


##### **Savia**

Nace con el propósito de ser no solamente un restaurante más, sino que los socios principales quieren crear conciencia de que ser vegano es tener un estilo de vida saludable, y demostrar con su comida que hay un sinfín de sabores que pueden reemplazar a los que uno está acostumbrado con la comida que proviene de productos de origen animal.

Horarios: Lunes a domingo de 8 a 17 hrs

Menú principal: paninis, burritos, pizza, risotto de coliflor

Contacto:  @saviagd1

 Tel. 1594 9931

Ubicación:  Av. Rubén Darío 1531–A. col. Providencia

##### **La Habichuela**


Cocina basada en verduras, semillas, leguminosas, quinoa, levadura nutricional y kale. Sin ingredientes de origen animal, soya texturizada o gluten como fuente de proteína.

Horarios: lunes a domingo de 11 a 15 hrs.

Menú principal: ensaladas con proteína vegetal, guisos con carbohidratos alternativos como la quinoa y bebidas naturales.

Contacto:  Llamar 01 33 3146 3868

 @lhabichuela

 lhabichuela@gmail.com

 <http://www.facebook.com/lhabichuela>

Ubicación: Calle General Eulogio Parra, col Monraz

## Lúcuma

“Con amor a la vida, honestidad y calidez nutrimos de verdad a quien nos descubre. ¡Disfruta de la alta cocina con tendencias mexicanas!”

Lúcuma es un restaurante vegano con tendencias artesanales mexicanas que propone una cocina alternativa que impulsa un nuevo estilo de vida; sin fuentes de proteína animal y con una amplia base de alimentos alcalinos como frutas y verduras.

Horarios: martes a sábado de 13 a 22 hs y domingos de 13 a 19 hs

Productos principales: alitas de coliflor, rollitos vietnamitas, pizza, lasaña, hamburguesas veganas.

 @SolucionesCulinariasLucuma

 Llamar 044 33 4040 6047

Ubicación:  Av. Justo Sierra 1741, col. Villaseñor, Guadalajara

## Falafel

Restaurante de comida vegetariana que brinda la oportunidad de comer alimentos sanos y frescos con recetas e ingredientes mediterráneos. Se especializa en comida rápida. No es necesario hacer reservación, o bien se puede pedir o llevar a domicilio. Sirven almuerzos y comida, excelente para un día cualquiera.


Horarios: lunes a viernes de 11 a 18:30 hs y sábados de 13:30 a 18:30 hs


Menú principal: ensalada tabule, cus-cus hidratado con menta y mezclado con verduras al limón, humus clásico hecho en casa, wraps, hamburguesas, pizzas.

Contacto:  info@falafel.mx

 <http://www.falafel.mx>

 Falafel

 Llamar 01 33 3615 7237

Ubicación:  Calle Marsella No. 164, col. Moderna, Guadalajara




## La Flaca


Es un restaurante de desayunos, comidas y cenas mexicanas 100% veganos. Se especializa en comida típica mexicana como tacos, quesadillas, pozole, tortas, entre otros platillos, hechos con productos alternativos que no provienen de origen animal. La Flaca no requiere reservaciones, es ideal para la familia o grupos grandes, es buena opción para llevar y tiene servicio a domicilio y de catering.

Horarios: martes a sábado de 8:00 am a 22:30 pm y domingos de 8:00 am a 21:30 pm  
Productos principales: tortas ahogadas, tacos y sopes, quesadillas, pozole, enmoladas

Contacto:  @flaca.mx

 Llamar 01 33 3616 7704

 <https://www.facebook.com/pg/flaca.mx/about/>

Ubicación:  Av. Miguel Hidalgo y Costilla 1500, col. Lafayette, Guadalajara (México)

## Chía Fonda Vegana

Restaurante gourmet de cocina vegana. Se consideran fanáticos de la innovación y la mejora continua. “Creemos que la armonía entre especies es posible y que podemos hacer mucho por el planeta y por ayudarnos los unos a los otros. Chía Fonda Vegana es una semilla que estamos plantando, una semilla de muchas.”


Se especializan en almuerzos y comidas, café y bebidas. Chía Fonda Vegana es una nueva opción vegana en el Centro de Guadalajara (tienda, yoga, baile y cursos próximamente).


Horarios: miércoles y jueves de 12:00 pm a 21:30 pm, viernes de 12:00 pm a 22:00 pm, sábados de 10:00 am a 19:00 pm y domingos de 10:00 am a 2:00 pm

Productos principales: tortas ahogadas de carnitas de soya, tacos blandos, tacos dorados de carnitas, hamburguesas, hot-dogs de salchicha de zanahoria.

Contacto:  ChiaVegana

 @ChiaFondaVegana

 Llamar 13934291

Ubicación:  Calle Mezquitán 274, Zona Centro, Guadalajara

## La Fresca


Restaurante vegetariano y tienda de comestibles.


La Fresca es un concepto nuevo en Guadalajara de comida crudi-vegana, jugos prensados en frío, smoothies y planes detox. “Creemos en una alimentación sana y rica que te ayude a nutrir y balancear tu cuerpo, mente y espíritu. Estamos comprometidos en ofrecerte productos frescos y de la mejor calidad.”

La Fresca apoya a productores locales, por lo que la mayoría de sus productos son orgánicos y artesanales. La Fresca tiene conciencia de la protección del medio ambiente, ya que usan envases 100% biodegradables. Sus productos son 100% naturales. Libres de aditivos, endulzantes y conservadores.

Productos principales: ceviche, jugos prensados en frío, ensaladas, donas de manzana, Agua alcalina

Contacto:  @lafrescagdl

 Llamar 01 33 3817 5886

 la.fresca21@gmail.com

web: [www.lafresca.mx](http://www.lafresca.mx)

Ubicación:  Sao Paulo 2364, entre Ottawa y Avenida Américas, Guadalajara

## Tía Ofe

Tía Ofe es una microempresa familiar especializada en cultivos orgánicos y gastronomía vegana. Son responsables desde el alimento de su criadero de lombrices, recolección de humus, composta orgánica, siembra y cosecha de la gran mayoría de su materia prima, todo con el placer de ofrecerles algo saludable y totalmente orgánico.

Horarios: lunes a viernes de 10:00 am a 21:00 pm y sábados y domingos de 10:00 am a 22:00 pm

Productos principales: pozole vegano, menudo de hongos, ceviche de coliflor, Sopes de picadillo con soya, enchiladas de picadillo con soya.

Contacto: ✉ quetzallicocone@hotmail.com

🌐 <https://www.facebook.com/tiaofepozolevegano>

💬 @tiaofepozolevegano

📞 Lllamar 36143680

Ubicación: 📍 Enrique Díaz de León 220, El Paraíso, Guadalajara

## Poutinería

Restaurante de comida vegetariana–vegana Se consideran a sí mismos como “La cocina más fina del barrio popular, Santa Tere, GDL”. Poutinería es ideal para grupos de amigos, no necesita reservas y cuenta con servicio de meseros y servicio para llevar.

Horarios: lunes y martes de 13:00 pm a 20:00 pm, miércoles de 9:00 am a 20:00 pm, jueves, viernes, sábados y domingos de 13:00 pm a 22: :30 pm.

Productos principales: aguanieves, hamburguesas, tostadas, malteadas.

Contacto: 💬 @pinchepoutine

📞 Lllamar 01 33 1625 4920

✉ cometelotodo@pinchepoutine.com

🌐 <http://pinchepoutine.mx>

Ubicación: 📍 Calle Joaquín Angulo 1473, int. 1, col. Ladrón de Guevara, Guadalajara.

## **Burrito Piñata**

Es un restaurant–bar de comida vegetariana que se preocupa por impulsar el consumo local. Sus productos son artesanales y orgánicos. Publican con frecuencia en sus redes sociales contenidos para mejorar la salud e impulsar la comida alternativa.

Horarios: lunes a domingo de 14:00 pm a 23:00 pm.

Productos principales: burritos, chimichangas, hamburguesas, pizza, ensaladas, tortas ahogadas.

Contacto:

 @Burrito.Pinata.Gdl

 Llamar 01 33 3616 4820

Ubicación:  López Cotilla 1542a, Lafayette, Guadalajara.

## ***Mercados y Bazares***

### **Mercado México**

El Mercado Mexico es un concepto que impulsa principalmente productos de la región, desarrollando un centro de consumo local, revitalizando el barrio.

 @mexicomercado

[http://instagram.com/mercado\\_mexico](http://instagram.com/mercado_mexico)

### **Manos Mexicanas Bazar**

Bazar itinerante en Guadalajara. Compra y venta de distintos productos hechos en México. Impulsando el talento mexicano. Se trata de un bazar en el que únicamente se pueden vender y comprar productos que sean 100% mexicanos, y para poder tener un puesto ahí, necesitas comprobar que lo son. Esto apoyando así a la cultura del consumo local.

Siguiente: 19/20 de agosto

Calle Miguel Lerdo de Tejada 2147, Guadalajara

### **Itinerante Bazar Mx**

Es una plataforma independiente que busca apoyar e impulsar a:

- Diseñadores
- Emprendedores
- Productores
- Artistas
- |Mexicanos|

Parque Italia Guadalajara

 [contacto@itinerantemx.com](mailto:contacto@itinerantemx.com)

 01 33 2168 0714

## **La Mirilla**

Es un bazar de venta de diseño independiente creada por Yellow Suite, donde pretendemos impulsar a jóvenes emprendedores por medio de su talento.

Siguiente edición: 8/9 de agosto

Fecha de lanzamiento: 2010

✉ info@yellowsuite.com.mx

Instagram: @lamirillabazar

Twitter: @lamirillazar

🌐 <http://yellowsuite.com.mx>

## **Mercado de antigüedades El Trocadero**

Hay un lugar en la ciudad de Guadalajara donde puedes encontrar todo tipo de curiosidades, el Trocadero, también conocido como tianguis de antigüedades.

El trocadero se encuentra sólo los domingos en Avenida México entre Avenida Américas y Av. Chapultepec, en la ciudad de Guadalajara. Los comerciantes levantan sus puestos alrededor de las 4:00 de la tarde.

Domingos de 9:00 a 4:00

Oferta infinita

## **Mi Armario Garage**

Bazar eco-fashion que ofrece ropa, muebles, libros “seminuevos”, con la finalidad de alargar la vida de una prenda, encontrando quizá, una pieza que cambie tu outfit del día.

Es una nueva cultura, donde se apoya al comercio local, además que es promueve la compra responsable y se le da otra oportunidad a la mercancía antes de ser desechada. Esto ayuda a tener mucha más conciencia para no afectar al ecosistema de forma directa.

Nacimiento en 2012 Siguiete edición: 10/11 junio

 <http://www.miarmariogarage.com>

Guadalajara

 [miarmariogarage@gmail.com](mailto:miarmariogarage@gmail.com)

## **Picnic Bazar**

Es una plataforma para la compra venta de arte y diseño mexicano, en la que jóvenes diseñadores y emprendedores mexicanos dan a conocer productos innovadores y nuevas tendencias de lo hecho en México.

Un espacio donde convergen la música, la moda y el arte urbano.

“Somos un equipo de diseñadores mexicanos que encontramos una gran inspiración en nuestro país. Por lo que brindamos un espacio creativo y efectivo para todas las empresas y/o emprendedores nacionales que necesitan un espacio comercial ya sea en terreno digital o terreno convencional.”

Picnic Bazar es uno de los principales encuentros del diseño, la cultura, gastronomía y entretenimiento de Guadalajara.

 [hola@bazarpicnic.com](mailto:hola@bazarpicnic.com)

 <http://www.molcajetemex.com>

 [@picnic\\_bazar](https://twitter.com/picnic_bazar)

3 y 4 de Junio

### **Pop Up Mex**

Es un bazar que apenas tuvo su primera edición el 3 y 4 de junio, que fomenta la mano mexicana y el consumo local, ya que solo pueden exponerse productos 100% mexicanos, a diferencia de los demás, este es un bazar con productos “fashion” y marcas más establecidas y menos accesibles.

□ next location

✉ [popupmex@gmail.com](mailto:popupmex@gmail.com)

3 y 4 de Junio

Hyatt Andares

### **Mercado Chapultepec**

Av. Hidalgo 1465 Guadalajara

🗨 @mercadochapultepec

☎ 01 33 2258 6423

Diario de 11:00 a 10:00

✉ [mercadochapultepec@icloud.com](mailto:mercadochapultepec@icloud.com)

🌐 <http://www.mercadochapultepec.com>

### **Lady Market GDL**

Te invitamos a nuestro Lady Market GDL, a través de este evento buscamos promover el comercio local. La entrada es libre. No te lo pierdas.

23 y 24 de mayo




## ***Entretenimiento nocturno***

### **El Agüita agaveria**

Es un bar que ofrece una gran variedad de destilados nacionales con el fin de incrementar el conocimiento de ellos e impulsar a los productores locales. Ofrecen cocteles, comida y botanas mexicanas. Cuenta con una terraza y los fines de semana un DJ se encarga de la música.

Dirección: Marsella 167, Lafayette, 44150 Guadalajara

 01 33 3615 3411


 [aguitamezcal.com](http://aguitamezcal.com)

### **Galgo**

Galgo es un bar speakeasy especializado en coctelería y bebidas preparadas. Con el concepto de todos los speakeasy, éste se encuentra ubicado dentro de otro bar llamado Funky Town.

Facebook: [www.facebook.com/GalgoSpeakeasy/](http://www.facebook.com/GalgoSpeakeasy/)


Dirección: Av Pablo Neruda 3055, Providencia 4a. Secc, 44639 Guadalajara, Jal.


 (33)18039071

### **Palíndromo**

Palíndromo es un bar-café con ambiente familiar en la colonia Lafayette que ofrece platillos como tapas, pizza y hamburguesas en una cafetería con librería, juegos de mesa de todo tipo, con un espacio para que toquen bandas; también es sede de distintas actividades culturales.

Dirección: Calle Juan Ruiz de Alarcón 233, Lafayette, 44150 Guadalajara


 01 33 1591 9360

 [palindromocafe.com](http://palindromocafe.com)

### **El Grillo**

Un pequeño bar ubicado en el centro de la av. Chapultepec, con gran variedad de cervezas, nacionales, artesanales, no hay menú de alimentos, pero sirven botanas como cacahuates. Tiene un estilo y música rockera generalmente.

Dirección: Avenida Chapultepec Sur 219, Americana, 44160 Guadalajara, JAL

 01 33 3827 3090

### **La Occidental cantina**

Una clásica cantina al estilo mexicano, con música y bebidas de todo tipo, sirven platillos mexicanos y televisan partidos de fútbol.

Facebook: [www.facebook.com/laoccidentalcantina/](http://www.facebook.com/laoccidentalcantina/)


Dirección: Calle Nueva Galicia 911, Centro, 44100 Guadalajara, Jal.

 33 3614 7813

### **Mezonte Destilados Mexicanos de Agave**

Es un lugar donde puedes ir a una degustación de diferentes tipos de destilados de agave, todos mexicanos y de marcas emergentes. Mezonte también es una organización dedicada a la difusión, apoyo y preservación de destilados tradicionales de agave a través de degustaciones, información, videos, papelería informativa, viajes a zonas mezcaleras.

Dirección: Calle Argentina 299, Americana, 44160 Guadalajara

 01 33 3825 0417


 [mezonte.com](http://mezonte.com)

### **Dorothy (Acueducto)**

Es un antro de moda ubicado en la zona de Andares donde tocan Djs todos los fines de semana, tienen una decoración muy contemporánea y sirven todo tipo de bebidas.

Instagram: [instagram.com/dorothygdl/](https://www.instagram.com/dorothygdl/)

Dirección: Av. Acueducto 235, Puerta de Hierro, 45116 Zapopan, Jal.


 01 33 1266 6511

### **Pare de Sufrir Mezcalería**

Es una mezcalería pequeña, pero con gran variedad de destilados, un lugar de estilo mexicano con murales en sus paredes, suelen haber toquines de diferentes bandas, aunque no muy seguido. El rango de edades de sus consumidores es bastante amplio pues por su ambiente local va desde los 18 hasta los 38 años aproximadamente.

Facebook: [www.facebook.com/Pare de Sufrir. Tome Mezcal](https://www.facebook.com/Pare-de-Sufrir-Tome-Mezcal)

Dirección: Calle Argentina 66, Americana, 44160 Guadalajara, Jal.

 33 3826 1041

### **Capella Bar & Piano**

Es un piano bar/karaoke ubicado arriba del restaurante Tintoretto en la avenida México, es un lugar para personas entre los 25 y 45 años, ofrece todo tipo de bebidas.

Dirección: Av. México 2916 (segundo piso), Juan Manuel, 44680 Guadalajara

 33 1412 5257

## **Arte y cultura**

### **Páramo**

Es una galería de arte contemporánea que comenzó sus actividades en 2012 para presentar artistas emergentes de diversas disciplinas, con el fin de crear ideas y diálogos globales y únicas, así como formar conciencia y opiniones sobre temas sociales. La galería tiene un programa de exhibiciones muy amplio e incluye eventos, presentaciones, proyectos y pláticas. Páramo ofrece residencias para artistas en donde ellos participan y crean trabajos experimentales e innovadores. Algunos artistas son fotografías de Graciela Iturbide, Germán Cueto, Adrián S. Bará, entre otros.

Horarios: martes a viernes de 10 a 18 hs y sábado de 12 a 16 hs

Contacto:  (33) 3825 0921

 info@paramogaleria.com


Ubicación: Av. Hidalgo 1228, Col. Americana C.P. 44160, Guadalajara

### **Tiro al Blanco**

Galería de arte contemporáneo que tiene como meta principal fomentar el interés por el arte. También se dedica a asesorar a artistas para la compra-venta e inversión en obras, así como a la comercialización de colecciones. Participan artistas como: Iván Estrada, Isa Carrillo, Oso Parado, Cristóbal García entre otros.

Horarios: martes a viernes de 11:00 AM a 19:00 hrs. y sábado de 11:00 AM a 15:00 hrs.

Contacto:

 (33) 38 26 56 74

 contacto@galeriatiroalblanco.com

Ubicación: Juan Alvarez 833, Col. Sagrada Familia CP: 44200, Guadalajara Jalisco

### **Casa Escorza**

Es un espacio para el arte contemporáneo en donde se exponen piezas fotográficas, principalmente. En ocasiones, si las obras se relacionan con las fotografías expuestas, se presentan instalaciones y performance. Casa Escorza es uno de los primeros museos de fotografía en el occidente del país.

Horarios: martes a domingo de 10:00 -17:00 hrs

Contacto: ☎(33) 3826-8698

Ubicación: Calle Escorza 83-A Colonia Centro CP 44100, Guadalajara

### **Aqua Gallery**

Es una galería dedicada a la expresión cultural artística, enfocada principalmente en pintura y escultura, pero también ofrecen espacio para fotografía y grabado. Es un proyecto de Enrique Magaña y Saúl Castillo, en el cual buscan invitar a artistas extranjeros y nacionales a presentar exposiciones de calidad.

Horarios: lunes a viernes de 10:00 -14:00 hrs

Contacto: ☎(33) 3642 1377

✉aqua@aquagallery.com.mx

Ubicación: Av. Aztecas 955, Prados Providencia, CP 44670 Guadalajara, Jalisco

## Palcco

Palacio de la Cultura y la Comunicación; es un espacio moderno para la presentación de todo tipo de espectáculos artísticos. No hay un lugar que se le parezca, ya que cuenta con tres foros que pueden ser utilizados al mismo tiempo sin estorbarse entre sí, y tiene capacidad para públicos grandes o pequeños. En este mismo lugar se encuentra el Museo de radio y televisión, un centro de negocios y convenciones, así como una escuela de música y danza. Cuentan con una gran variedad de presentaciones cada mes.

Horario: lunes a viernes de 10:00 - 18:00 hrs y sábado de 10:00 - 13:00 hrs

Contacto: ☎(33) 9690 9000

✉info@palcco.com

🌐<http://www.palcco.com>

Ubicación: Av. Central Guillermo González Camarena 375, Col. Residencial Poniente, Zapopan

## Teatro Experimental

Inaugurado en 1960, en donde se exponen representaciones teatrales. Fue construido con el fin de promover la cultura en la zona donde está ubicado. Ahora cualquiera puede ser uso de las instalaciones. Directores como Mauricio Cedeño, Karina Hurtado, Moisés Orozco, han presentado puestas en escena como: Viaje de Tres, El Loco Amor Viene y El Radio.

Horario: lunes a viernes de 6:00 - 21:00 hrs (varía por evento)

Contacto: ☎(33) 3619 1176

Ubicación: Calz Independencia Sur, La Aurora, Núcleo Agua Azul 44790 Guadalajara

### **Casa Teodora (talleres)**

Un espacio que busca potenciar el aspecto artístico de las personas, donde se imparten talleres de escritura, bordado, pintura, lectura y retratos, entre otros. Es un lugar amigable en donde hay interacción entre las personas para así desarrollar obras creativas hechas con las manos. También se puede rentar salones para crear tu propia obra o presentarla, o impartir un taller.

Horario: martes a viernes de 10:30 a 14 hrs. y 16:30 a 20 hrs., y sábados de 10:30 a 14 hs

Contacto: 📞(33) 1984 6044

✉teodroamx@gmail.com

🌐fb: /casateodoramx tw: @casa\_teodora ig: @casa\_teodora

Ubicación: Justo Sierra 1828, Col. Americana CP 44160, Guadalajara

### **Travesía Cuatro**

Galería de arte fundada con el objetivo de conectar el arte emergente entre Latinoamérica y el mundo.

Horario: martes a viernes de 12:00-18:00 hrs y sábados de 12:00-15:00 hrs

Contacto: 📞(33) 36 152 694

✉galeria@travesiacuatro.com


Ubicación: Av. La Paz 2207 44140 Guadalajara

## Ladera Oeste


Un espacio independiente, sin fines de lucro, creado para la exhibición de arte contemporáneo.

Horario: martes a sábado de 12:00-18:00 hrs.

Contacto:

 2000 81 84

 [info@laderaoste.org](mailto:info@laderaoste.org)

 fb: /LaderaOeste tw: @ladera\_oeste ig: @ladera\_oeste

Ubicación: Calle Colonias 221 Piso 8, Americana, 44160, Guadalajara



## 4. Reflexiones y aprendizajes

### María José Echeverría

#### *Personales*

En el área de aprendizajes personales quiero hablar de lo mucho que me agradó trabajar en este proyecto, es algo que en mi vida diaria voy a llevar a cabo, ya que comenzaré a visitar todos estos lugares que son nuevos también para mí, así conocerlos y apoyar al consumo local de mi ciudad. Me llama la atención cómo cada vez hay más emprendedores en Guadalajara, cada vez son más los que tienen una inquietud de innovar y crear algo diferente para ser disfrutado por nosotros los tapatíos e incluso los turistas.

Es importante la conciencia que yo misma he creado durante este proyecto, en cuanto a consumir lo que crean los mexicanos, y además conocer todos estos nuevos lugares que encabezan una larga lista que conforma una guía de lugares distintos a los que invitamos a otras personas, en la cual, los mismos tapatíos nos beneficiamos de nuevas propuestas, para conocer algo diferente a lo demás. Además, esta guía es esencial también para un turista que conozca solamente lo típico de nuestras tierras, para que así pueda llegar a conocer y a disfrutar cosas nuevas y diferentes.

#### *Sociales*

Creo que el hecho de que haya tantos restaurantes en el AMG y que cada vez están abriendo más de ellos me resulta un poco alarmante, sinceramente, ya que sí, ayuda en el consumo local, le da empleo a personas, etc., sin embargo, no hay tantos comensales en GDL todavía; no todos están dispuestos a pagar por comer en un restaurante diferente todos los días y creo, además, que los desarrolladores de los mismos no se apoyan en las personas correctas, terminan haciendo unas inversiones muy grandes de dinero y por lo cual cierran muy pronto. Entonces creo que los desarrolladores deberían darle más gestión a su proyecto para asegurarse de que va a ser exitoso y después invertir en él.

Mediante mis investigaciones, me di cuenta que la comida alternativa, es buena en muchos sentidos, en ocasiones es lo que el ser humano necesita para la salud, etc. Pero también me doy cuenta que realmente son temas que en estos tiempos están a flor de piel, todo mundo habla de ello, muchos autores comenzaron a escribir de ello, y una gran parte de la población comenzó a practicarlo. Realmente son hábitos que siempre han existido, pero apenas ahorita salió a la luz todo lo que implica llevar una dieta carnívora, las ventajas, pero también las desventajas, o el hecho de que ahora dicen que el aceite de coco es mejor que el de oliva, y antes, en cambio, creo que ni siquiera existía. Por lo que llego a la conclusión de que son muchas más personas los que lo hacen por moda a las que lo hacen realmente por salud, sin comprender que es un cambio realmente fuerte. Yo en lo personal tengo el ejemplo de mi mamá, ella es vegana, lleva más de un año siéndolo, pero estoy segura de que no lo hizo por moda ya que estudió bastantes cursos y diplomados, incluso certificaciones, y ella en su cuerpo y en su salud ha visto cambios benéficos a raíz de esto, sin embargo, debemos comprender que no todo es para todos, habrá a quienes no les funciona o simplemente no les guste, y no deben hacerlo solamente porque sea una moda.

También, debo incluir la importancia que tienen las nuevas marcas de restaurantes, ropa, agendas, joyerías, entre otras muchas cosas, ya que los mismos tapatíos estamos comenzando a crear conciencia sobre el consumo local, entonces estamos creando productos nuevos en donde los proveedores y los productores sean mexicanos, para así apoyar a las familias productoras. Creo que se está formando una gran cadena que beneficia a muchas personas, desde los productores hasta los emprendedores, y son muchos a los que se les emplea en esta nueva ola de la moda del consumo local y las manos mexicanas.

### *Profesionales*

Quisiera también profundizar un poco en el tema del trabajo en equipo, ya que para muchas cosas es muy beneficiario y para otras no, ya que no puedes solamente pensar en tus opiniones y cerrarte a ello, sino que tienes que escuchar nuevas propuestas y someterte a que quizá, tu propuesta no sea la elegida, y aun así tienes que trabajar duro con eso. Lo cual realmente si le ves el lado positivo es un punto muy bueno, porque el

tener cuatro propuestas y no solo una, ayuda a que el producto al final sea más extenso y pues claro, al final más mentes van a pensar mejor que una sola.

En este caso me gustó trabajar con mis compañeras, ya que creo que logramos entendernos muy bien, aprendimos una de la otra y escuchábamos nuestras opiniones. Fue un reto para las cuatro llevar a cabo el proyecto, ya que a veces era difícil ponernos de acuerdo en horarios etc., sin embargo, terminó funcionando muy bien al decidir dividirnos la parte de los productos finales según las zonas en las que vivíamos, en cuanto a lo que nos quedaba más cerca para ir a grabar etc.

En general, creo que mis aprendizajes fueron muy ricos, fue muy bueno para mí haber trabajado en este proyecto con mis compañeras, fué un buen trabajo en equipo y además creo que obtuvimos un excelente resultado. Creo que a todas nos faltó tiempo para profundizar y haber logrado hacer más productos, lo cual hubiera funcionado mejor en un semestre, sin embargo, me agradó mucho haber trabajado en este tema, y me gustaría que alguien lo retoma en los PAPs que vienen.

## **Brenda de la Torre**

### *Personales*

A lo largo de este proyecto pude apreciar un poco más la ciudad en donde vivo. Desde repasar en mi cabeza un poco de la historia de cómo inició y en qué se ha convertido. Guadalajara tiene mucho que dar y mucho que ofrecer, sin embargo, las personas muchas veces no saben todo lo que ésta ofrece, más que lo que tienen a sus alrededores.

Me considero una fanática de las artes, sobre todo del teatro; al investigar sobre este tema me di cuenta de que a Jalisco le hace mucha falta buscar información, considero que la hay, pero sobre todo es encontrar el gusto por ver teatro de nuevo, ya que muchas veces las obras no duran las temporadas deseadas por falta de interés al público. Creo que muchas personas creemos que en esta ciudad no hay mucho que hacer o hay cosas “chafas”, hace falta que la gente se informe y también saber llegar a las personas. Es por esto que al hacer este proyecto podamos dar a conocer o incluso recordar todo lo que Guadalajara ofrece.

### *Profesionales*

En este proyecto nos concentramos en cuatro sectores: gastronomía vegana, ya que es lo que está de moda; entretenimiento nocturno, ya que es algo que siempre va a ser parte de la vida de las personas; mercados y bazares, ya que el consumo entre jóvenes se está queriendo volver más local y, por último, el arte. Sin embargo, hay muchas cosas más como la naturaleza, la arquitectura, eventos entre otros lugares que esta ciudad tiene y todos deberían de conocer. Creo que este proyecto puede crecer mucho más con más tiempo y así cumplir el principal propósito que es ayudar a los nuevos emprendedores a darse a conocer y lo local impulsarlo a crecer e incluso volverse un lugar turístico.

### *Sociales*

Dentro del proyecto conocí a personas emprendedoras que realmente quieren y buscan la manera de sacar a la luz sus talentos, sean cuales sean. Considero que como mexicanos y como jaliscienses debemos empezar por ahí, conociendo lo que nuestros vecinos ofrecen y así apoyarnos los unos a los otros. Apoyar lo local para que después los extranjeros puedan apreciarlo también.

## **Fabiola Crispo**

### *Personales*

A lo largo de este proyecto he logrado adquirir muchos conocimientos y aprendizajes que me ayudarán tanto en mi desarrollo personal. Primero que nada, aprendí que el trabajo en equipo siempre supone un reto, pues juntar varias mentes y direccionarlas hacia un mismo propósito es una actividad compleja, ya que siempre existirán disputas, diferencias de opinión, de coordinación, de tiempo y esfuerzo. Sin embargo, pienso que trabajar en equipo siempre enriquece más un trabajo de investigación, ya que cuatro mentes piensan mejor que una; además de que se agregan cuatro distintos mundos de experiencias y formas de pensar un tema común, lo que lo hace definitivamente más poderoso en sustento metodológico y práctico.

Trabajar con el AMG y sus municipios fue también una experiencia enriquecedora y llena de aprendizajes. Yo nací en Cancún, Quintana Roo, y nunca me había dado la

oportunidad de irme a vivir a otro lado. Por cuestiones de estudios decidí venirme a vivir a Guadalajara, ciudad que ha logrado crecer en mí y me ha regalado muchas buenas experiencias. Como foránea recién llegada, lo primero que hice en Guadalajara fue probar las originales tortas ahogadas y unos buenos tacos de puestito. Lo primero que visité al querer turistear fue el centro histórico, donde me paseé por el Hospicio Cabañas, el Teatro Degollado y la Catedral. Ahora sé que el turismo en Guadalajara se compone de muchos más lugares llenos de cultura y ambiente que no son “tan conocidos” pero que en mi opinión deberían serlo. Es por esto que decidimos enfocar nuestra investigación en un tipo de turismo “alternativo” y el consumo local en la ciudad.

### *Sociales*

Guadalajara, como muchas otras ciudades del mundo, ha evolucionado en tendencias, modas, formas de pensar la vida y de vivir el consumo. Esta investigación también me ayudó a reafirmar la idea de que consumir de productores locales y apoyar a la gente tapatía que decide emprender en nuevos negocios es y será siempre un buen aporte para la economía del país. Como consumidores podemos hacer una gran diferencia. En lugar de ir al supermercado y comprar productos procesados de marcas norteamericanas o europeas, podemos ir al tianguis y comprar nuestros alimentos del día a día ahí.

Trabajar en este proyecto me ha abierto el panorama de lo que es ser tapatía y turista al mismo tiempo. Me ha dejado con un montón de lugares de comida, de entretenimiento y arte que tengo que visitar. Al desarrollar esta investigación también fuimos formando un pequeño directorio de lugares que toda persona que pasa por Guadalajara tiene que visitar. Definitivamente sé que yo lo haré.

### *Profesionales*

Este proyecto también me ayudó a desarrollarme profesionalmente, pues al ir a grabar a varios lugares tuve la oportunidad de practicar más mis habilidades detrás de la cámara. Pude aprender a grabar productos gastronómicos y bebidas, cosa que no había hecho antes. También me sirvió para conseguir contactos de empresarios que buscan contenido audiovisual para sus marcas. Sobre todo, me ayudó a relacionarme profesionalmente con un cliente.

## **Tania Picazo**

### *Personales*

Como reflexiones y aprendizajes de este proyecto me gustaría decir que me abrió los ojos a una ciudad diferente de lo que pensaba; llevo viviendo toda mi vida en Guadalajara y varios de los lugares que investigamos en el proyecto tienen mucho tiempo y yo no tenía idea de que existían.

Cuando visité la galería de arte que elegimos yo sola me di cuenta de que me quejaba de la falta de lugares con arte en nuestra ciudad, siempre decía que no había mucho que hacer aquí respecto a cosas artísticas, siempre lo comparaba con la Ciudad de México, pero la realidad es que nunca me tomé la molestia de buscarlo, de preguntar o visitar lugares diferentes a los que ya conocía, o las personas de mi entorno visitaban. Al mismo tiempo me pregunté si más personas están en mi posición, queriendo cosas diferentes, originales, y no se toman la molestia de buscarlas, es por eso que este proyecto me gustó, me llamó la atención la posibilidad de redescubrir un lugar en el cual he pasado toda mi vida, verlo de una manera diferente, sentirme un turista en mi propia ciudad, además de eso con el giro de impulsar el consumo local; me pareció un proyecto excelente en ese sentido, pues lo que los productores y emprendedores locales y nuevos necesitan es que alguien hable de ellos, que los promocionen y avalen para el éxito de sus proyectos, lo cual es lo que queremos hacer en este proyecto, me da gusto que ITESO respalde este proyecto pues es una institución con gran peso y confianza y que los mismos productores locales a los que nos acercamos estuvieran felices de que el ITESO los respaldara por lo que producen y su manera de contribuir a nuestra ciudad.

### *Sociales*

Muchos de los lugares que visitamos no son precisamente nuevos, y eso es lo que me sorprende también, son lugares que ya tienen mucho tiempo innovando, reinventándose y aún no logran darse conocer como a ellos les gustaría y deberían. En Guadalajara somos una sociedad muy reservada y “cerrada”, donde necesitamos que alguien de confianza nos recomiende algo, o las cosas nuevas nos asustan y preferimos evitarlas;

este proyecto trata de eliminar eso, y esperemos que lo logre, pues es uno de los aprendizajes y cambios que dejó en mí.

### *Profesionales*

Me di cuenta que hay mucho terreno por explorar en la ciudad y sus alrededores. Hay mucho potencial en cuestiones artísticas que no han sido explotado debido al desconocimiento que se tiene de este medio en la ciudad. Me abrió los ojos a nuevos proyectos donde mi carrera (audiovisuales) tiene mucho que ofrecer. Los emprendedores quieren y se alegran de que los voltees a ver, que les ofrezcas este tipo de proyectos para su crecimiento, lo cual me agrado darme cuenta, pues ahí se pueden hacer algunos intercambios que nos beneficien a los dos. Las juntas previas a las grabaciones con los lugares me ayudaron a desarrollarme más profesionalmente con lo que podrían ser posibles clientes, que respaldados por el ITESO me dieron más seguridad, seguridad que tendré por mi sola cuando desarrolle un nuevo proyecto, o siga con el mismo.

## 5. Conclusiones

A lo largo de esta investigación, hablamos sobre lugares que aún no son tan “conocidos”, nuevos, apenas saliendo al público o que tienen un interés turístico y que ofrecen nuevas tendencias, dirigidas tanto como para los habitantes del Área Metropolitana de Guadalajara como para las personas que la visitan. Se abordaron temas como el consumo local, el turismo y la comida alternativa, la violencia y la inseguridad y cómo afectan a estos sectores.

Se desarrollaron cuatro aspectos principales: el arte y sus espacios, es decir galerías, museos y teatros; la gastronomía, restaurantes y nuevas propuestas gastronómicas como la comida vegana; entretenimiento nocturno, tales como bares y lugares para conciertos; y finalmente, nuevos mercados, tianguis, bazares y mercados independientes.

El Área Metropolitana de Guadalajara tiene un gran espectro cultural que comprende a distintos grupos sociales. Se eligieron diez lugares por sector y nos enfocamos en uno para tratarlo a fondo. Consideramos importante tener diferentes campos de la cultura que corresponden también a distintas zonas y clases sociales, ya que éstos responden a los intereses y necesidades de los diferentes grupos sociales que pueblan la ciudad.

En cada apartado surgieron aspectos diferentes que nos llevaron a investigar sobre situaciones que se relacionan, como la comida vegana, un poco sobre el gluten y la enfermedad celíaca. Por otro lado, el consumo local aunado con la economía en México; lo que nos llevó a plantearnos preguntas sobre cada tema.

El sector gastronómico fue el que más dio de qué hablar, ya que mientras se realizaba la investigación nos dimos cuenta de que éste es un nuevo mercado que cada vez es más popular en personas con clase social media, media alta y alta. La razón es porque buscan tener una forma de vida saludable. En México, lamentablemente llevar una vida saludable es más caro. Como ya fue mencionado anteriormente, mucho está relacionado con la economía, tal es el precio de las nueces (ingrediente básico en una dieta vegana), el aguacate e incluso el limón que es básico para la dieta diaria de un Jalisciense que muchas veces tienen precios muy elevados en el mercado. Al hacer



nuestra investigación en el restaurante Savia pudimos darnos cuenta que los precios del menú eran altos, los ingredientes, más la originalidad de los platillos, aunado con la zona en donde está ubicado el local, suman que el precio del producto se dispare. En el extranjero tener una vida saludable es mucho más sencillo ya que los precios son más accesibles. Lo que nos lleva a preguntarnos ¿Por qué? el hecho de que sea tendencia el comer saludable ¿Lo hace más caro?

En el sector de arte pudimos darnos cuenta que la falta de información afecta la asistencia de las personas a visitar lugares como galerías y teatros, ya que se dejan llevar mucho por la zona en donde está ubicado el lugar. En el caso de la galería Curro, personas creen que van a cobrar la entrada y/o el estacionamiento cuando no es así. Aunque sea un lugar con fines de lucro, el público siempre es bienvenido, así como cumplir la meta de comunicar arte contemporáneo. Algo importante que recalcar es que existen varias galerías en Guadalajara con un mismo fin: exponer arte y venderlo, sin embargo, los precios muchas veces son muy elevados. Creemos que una manera de poder llamar más la atención es que pueda haber más galerías con artistas jóvenes que vayan empezando y se exponga su proyecto, se den a conocer y tengan precios más accesibles, para así generar que las galerías crezcan con estos nuevos públicos y de esta manera haya más para todos. De lo contrario, con el teatro hay opciones para todos, ya que los boletos de los foros pequeños son más accesibles y tienen descuento para estudiantes o promociones en la compra de cierto número de personas. Creemos que el problema hace que la gente no asista es más por motivos personales e indiferencia que la publicidad que se le da a las puestas en escena.

Actualmente, tanto jóvenes como adultos emprendedores que en otras ocasiones no tuvieron la oportunidad de distribuir sus servicios o productos buscan ahora explotar su talento. Es por esto que los bazares y mercados abren sus puertas ofreciendo joyería, ropa, productos de belleza naturales, amigables con el medio ambiente y demás, por lo que, volviéndose una moda el consumir local.

El entretenimiento nocturno siempre va a formar parte de la vida de una sociedad. En este apartado nos enfocamos en el impulso a lo local, además de la diversión. Quisimos encontrar lugares que ofrecían experiencias y lugares que describen lo que es

y que se han vuelto parte de Guadalajara. En estos lugares ofrecen cerveza artesanal, mezcales, entre otros que son muy buenos y las personas no saben que existen.

Guadalajara es una ciudad con mucho que dar, el interés de la gente en cada evento que se organiza o cada servicio que se da es esencial. Sabemos que eventos como la FIL, que es la feria internacional más grande del mundo, es parte de nosotros y nos hace sentir orgullosos. Así como el Festival de Cine que se realiza cada año, apoyando a nuevos talentos no sólo local, sino también internacional. El Tianguis cultural, en donde encontramos todo tipo de creencias y de culturas distintas, pero que finalmente son parte de lo que forma y hace Guadalajara. Además, el gobierno, al percatarse de las respuestas a estos eventos, debe darse cuenta que para poder conservar y mantener un orden, debe de existir un mejor sistema de transporte público mejores calles y ciclo vías. De esta manera todos fomentamos el turismo local, nacional y mundial.

#### **5.1 Link del material audiovisual que fue realizado para complemento del proyecto:**

<https://www.youtube.com/channel/UckCG9Xx5UChF3EHJFhiLOKw>

## 6. Bibliografía

American Diabetes Association. (2002). Dietary Fat and Meat Intake In Relation of Risk of Type 2 Diabetes. 10 de julio de 2017 , de ADS Sitio web: <http://care.diabetesjournals.org/content/25/3/417.short>

Anónimo (2017, February 13), Historia de Guadalajara. May 31, 2017, from <https://guadalajara.gob.mx/historia-de-guadalajara>

Brohman, John (1996), New directions in tourism for Third world development. Annals of Tourism Research.

Cabrera, Diana (2015) ¿Qué consume el mexicano? El Universal SA de CV, consultado en Julio del 2017, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-datos/2015/10/15/que-consumen-los-mexicanos>.

De la Torre Padilla, Óscar (1988), "El Turismo como Fenómeno Social Complejo", Editorial Fondo de Cultura Económica. México 1988.

De la Rosa, Alejandro (2017), México, el más competitivo en turismo AL. 30 de mayo de 2017, de El Economista Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/04/07/mexico-mas-competitivo-turismo>

FACE (Federación de Asociaciones de Celíacos en España) . (2017). El Gluten. 2017, de FACE Sitio web: <http://www.celiacos.org/enfermedad-celiaca/el-gluten.html>

Gutiérrez Arizpe, Luis A. (2015). El consumo local: alternativa para una ciudad competitiva. 2017, de IMPLAN Sitio web: <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/consumo-local-alternativa-ciudad-competitiva.html>

INEGI. (2016). Estadísticas a propósito del día internacional del turismo. 31 de mayo de 2017 , de INEGI Sitio web: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/turismo2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/turismo2016_0.pdf)

INEGI. (2015). Información de México para niños. 30 de mayo de 2017, de INEGI Sitio web: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/jal/poblacion/>

Secretaría General del Gobierno. (2014).

OMS. (2015). Declaración de la OMS sobre los vínculos entre la carne procesada y el cáncer. 10 de julio de 2017, de CIIC Sitio web: <http://www.who.int/mediacentre/news/statements/2015/processed-meat-cancer/es/>

ONU. (2016). FAO destaca la importancia de la diversidad genética del ganado ante el calentamiento global. 10 de julio de 2017, de ONU Sitio web: <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=34313#.WWQ-1I196YU>

Organización Mundial de Turismo (OMT) - <http://www2.unwto.org/es>

Programa Sectorial de Seguridad Ciudadana. 29 de mayo de 2017, de Gobierno del Estado de Jalisco Sitio web:

<https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/PROGRAMA%20SECTORIAL%20SEGURIDAD%20CIUDADANA.pdf>

Proyecto Diez . (2012). Contra la desigualdad en México: consumo de productos locales | VIVE RESPONSABLE. 2017, de Proyecto Diez Sitio web: <http://www.proyectodiez.mx/contra-la-desigualdad-en-mexico-consumo-de-productos-locales/>

Sánchez Ortega Karina L. (2017). EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL COMPLEJO. Mayo 2017, Universidad Autónoma de Guerrero.

Thompson, Ivan. (2015). Definición de Mercado. 2017, de webquest Sitio web:

[http://webquest.carm.es/majwq/public/files/files\\_user/gerardobernabe/definicion\\_de\\_mercado.pdf](http://webquest.carm.es/majwq/public/files/files_user/gerardobernabe/definicion_de_mercado.pdf)