

Nº 4



NÓMADA

**JALISCO,
MEJOR DESTINO
NACIONAL 2026**

P.14

JALISCO EN LA ÉLITE
MICHELIN
P.21

JOSÉ ANDRÉS
ORENDÁIN RINDIÓ
INFORME DE
EXPO GDL
P.48

ESPECIAL
INTERMODA:
LA NUEVA ERA DEL
DISEÑO Y LA MODA
P.63

NUESTROS PARTNERS



CUCEA
El mejor lugar para el talento

CUGDL

Vallarta Opina
El periódico de los vallartenses

 **conalep**
Jalisco
cuidamos lo que más quieres

Riviera Nayarit
La Voz de Bahía de Banderas
Hoy



YOUNG BUSINESS LEADERS
BY CCJEJ



COLEGIO METROPOLITANO
DE INGENIEROS CIVILES DE
JALISCO A.C.

cast
Zapopan

 **CONSTRUTIPS**

Nayarit Opina



 **Cámara**
Alimenticia
CIAJ

 **Red de Centros**
de Innovación

CARTA EDITORIAL

Más allá del algoritmo: El nuevo paradigma del liderazgo empresarial

El futuro nos ha alcanzado. Lo ha hecho impulsado por hitos de evolución tecnológica cada vez más acelerados, los cuales derriban barreras geográficas, abren nuevos mercados y ofrecen herramientas que optimizan la productividad. Hoy, la toma de decisiones gerenciales se fundamenta en el análisis de datos, mientras la Inteligencia Artificial se consolida de forma transversal en empresas, disciplinas y dinámicas cotidianas a través de la automatización de tareas. En este entorno donde la velocidad y la tecnología marcan el compás, se vuelve indispensable adquirir nuevas capacidades y desempolvar aquellas habilidades blandas que hoy cobran más vigencia que nunca, fundamentales para ejercer un liderazgo positivo y gestionar equipos competitivos.

Innovar, motivar cambios significativamente positivos, y el constante aprendizaje son capacidades tremendamente necesarias en el perfil del líder actual, al igual que la resiliencia en un entorno volátil que demanda ir un paso adelante, atrás quedaron los tiempos de aquellos jefes egocéntricos que solo delegaban, intentaban ganarse el "respeto" a base de reprimendas, y ejercían el favoritismo rompiendo equipos de trabajo (no quiero decir que no los haya, sino que la realidad cada vez lo permite menos, porque hoy también las nuevas generaciones están menos dispuestas a soportarlos), por lo que si una empresa aspira a retener a sus talentos, debe poner especial énfasis en su clima laboral. Un líder positivo respeta a su equipo, porque está constituido en base a valores.

El líder requiere, además de ir a la par de la tecnología y estar receptivo a las amenazas y las oportunidades del mercado, poseer humildad, escuchar a su equipo y clientes, y conducirse con el ejemplo. Esto, además de contagiar pasión y energía, contribuye a la empresa con una mejor capacidad de respuesta a los cambios y para colaborar con sus demás públicos (todas aquellas personas o instituciones que tienen relación con la empresa), toda vez que las empresas modernas ya no actúan de manera aislada, basta observar la llamada cuádruple hélice en la que tanto Empresas, Gobierno, Academia y Sociedad Civil unen fuerzas frente a problemáticas sociales. Por lo que los nuevos tiempos le demandan vocación de servicio y le otorgan la valiosa oportunidad de involucrarse en objetivos comunitarios.

Si la actualidad exige al líder capacidades de aprendizaje para gestionar un entorno tecnológico constantemente cambiante, con un marco de pensamiento flexible y transversal, igualmente les requiere disposición para promover la felicidad hacia sus colaboradores; solo así se logra que se sumen con convencimiento a ir por las metas más altas, pues actuar por coerción llevará, tarde o temprano, a la fuga de talentos y a la mediocridad empresarial. Un líder genera valor, incluso ante la incertidumbre.



**ALEJANDRO
TRUJILLO**

A stylized, handwritten signature in white ink that reads "Alejandro Trujillo". The signature is written over a dark, textured background that matches the overall theme of the page.

Índice

6

Horizontes

P.6. Punta Perúla, especial conexión natural



P.8. Boca de Tomate, la más septentrional playa vallartense

P.14. Jalisco, galardonado como el mejor destino nacional 2026



P.15. Puerto Vallarta destino top de Tripadvisor



21

Sabores y esencias

P.21. La gastronomía de Jalisco brilla mundialmente con estrellas MICHELIN



P.25. Distinguen a restaurantes de Jalisco en los Wine Spectator Restaurant Awards 2026

P.28. Gregorio Godoy: "Los restaurantes vendemos experiencias, no solo comida"

33

Radar

P.33. Jalisco vivió su anfitrión mundialista con memorables conciertos, desde Maná hasta Plácido Domingo



P.37. Centro de Convenciones Vallartense: motor del turismo de negocios

P.42. SICON: claves y resultados de la gran cita de la construcción

P.45. Entregan créditos a negocios de la Costa Sur y Sierra de Amula, Jalisco

46

Perfiles y Visión

P.45. Jalisco escala a segundo lugar en exportaciones



P.48. José Andrés Orendáin rindé informe



P.51. Miriam Sánchez, presidenta de AEM Occidente, incentiva a las Pymes a exportar a Estados Unidos



P.56. IMEF y Los atributos del lujo y sus efectos en la valuación empresarial



P.59. Rectora de la UDG, Karla Planter, rindió su primer informe



P.61. Alcalde de La Huerta en CUCEA Proyecta el Municipio hacia el futuro

63 Raíces

P.42. Intermoda con Jaime Barba



P.65. Edición número 85 de Intermoda cierra con cifras récord



P.69. Con pasarela retrospectiva la firma Gabriela Sánchez celebra su 25 aniversario

P.72. Las “emociones en plata” de Gabriela Sánchez



P.75. Entre ensueños y Delirios: Karla de Lara inauguró galería



79 Agenda cultural y Academia

P.79. Nuestra manera de habitar el mundo: TEC de Monterrey celebró 80 años de arquitectura

P.81. La poesía visual de Nolan navega a través de la Odisea de Homero en CINERO de la UDG



P.83. Gioconda Belli, galardonada con el Premio FIL de literatura a lenguas Romances

PUNTA PÉRULA, ESPECIAL CONEXIÓN NATURAL

Lejos de los grandes resorts y el turismo comercial, Punta Pérula, constituye, por la implementación de un turismo sostenible y de concientización ambiental, un espacio de desconexión citadina y un encuentro más íntimo con la naturaleza. En el lugar se ubica Isla Cocinas, una paradisiaca área natural protegida, santuario del pajarito bobo de patas azules.

Agua turquesa, estampas de ensueño al emerger o caer el sol, vientos arrullados por el cántico de su fauna, desde aves, destacando al pajarito bobo en esa su Isla Cocinas, un santuario protegido, hasta las ballenas que se elevan rompiendo el oleaje para mostrarse. Punta Pérula es un destino excepcional: lejos de los grandes resorts y el turismo comercial, constituye, por la implementación de un turismo sostenible y de concientización ambiental, un espacio de desconexión citadina y un encuentro más íntimo con la naturaleza.

No hay hoteles grandes, todos son pequeños y con una imagen equilibrada con la del pueblo, incluso el malecón está diseñado para no alterar el paisaje del lugar, menciona Julián Virgen, secretario de Turismo del municipio de La Huerta, Jalisco, donde se ubica la paradisiaca playa de Punta Pérula. “De hecho todos los materiales que se usaron no alteran el ecosistema”, menciona en cuanto al modelo de arquitectura medioambientalmente responsable que incluso funciona como un ejemplo para la región de la Costa Alegre al romper con el

esquema de urbanización masiva y optar por una integrada al paisaje que igualmente brinda una mejor experiencia al turista.

Julián reconoce que, por la belleza de sus aguas, arenas blanquecinas, flora y fauna, a Punta Pérula se le denomina como ‘el Cancuncito de Jalisco’; sin embargo, acota que existe un punto diametralmente opuesto en esa concepción y sobre la que se cimienta la concatenación de estrategias de preservación medioambiental: no impera un turismo comercialmente





casa con una cuota de conocimiento sobre preservación ambiental.

El director de turismo de La Huerta cita como un punto de quiebre para una cada vez más importante gestión de políticas medioambientales, el caso de Isla Cocinas, designada en el año 2002 por el Gobierno Federal como un Santuario Natural Protegido, área que fue, en su momento, rebasada en su capacidad por visitantes; sin embargo, actualmente ello está controlado para cuidar la viabilidad de las especies.

“Se está concientizando al turista, ahorita el recorrido es de máximo dos horas (la estancia

en la isla, a la cual se llega mediante el traslado de taxis marítimos regulados). No están permitidos alimentos ni bebidas (solo una botella de agua), tampoco se permite alterar el orden, solo es ir y volver. Regresa el viaje el turista y sale otro viaje a la isla. Hay cierto límite de personas que pueden estar en ese momento en el lugar, y eso ha mejorado muchísimo el ecosistema y así es como se está concientizando”, comenta Julián. “Recuerdo que antes era de que pagabas tu viaje, te llevaban en la mañana y tú podías decir recógeme a las cuatro o cinco de la tarde, y era de estar todo el día, pero hoy nada más es de dos horas máximo por viaje”

El turismo medioambiental beneficia de manera importante a los diversos prestadores de servicios turísticos, abona Julián, ya que subraya que las regulaciones mantienen atractivo el lugar y así el turista tiende a regresar, “porque es un lugar agradable, un lugar limpio, se llevan un buen sabor de boca y eso es lo que queremos, que vuelvan a nuestras playas”, cita. Igualmente destaca que al prestador de servicios turísticos se le capacita regularmente en la mejora de sus servicios, incluso otorgándoles certificaciones.

Punta Pérula ofrece la oportunidad de establecer una relación empática con la vida que trasciende a la experiencia del momento a través de dinámicas



como la liberación de tortugas mediante la fundación Carey, que opera en el lugar preservándolas, u observar durante los meses de noviembre a marzo ballenas que emergen a la superficie cual ritual, una danza de gigantes proyectada entre el mar y el cielo, “ver de cerca una ballena es una experiencia única”, comenta el encargado

de turismo.

“Punta Pérula enriquece y expande su experiencia turística con una variedad de ofertas de deportes, tanto marítimos como terrestres. En estos podemos encontrar desde el tradicional paseo en banana, pesca de orilla y el paseo en lancha hacia la reconocida Isla Cocinas, trayec-



trayecto que contempla navegar por otras islas de la zona, como La Pajarera o La Palma, hasta el manejo de cuatrimotos por terracería en el pueblo, actividad que por regulaciones medioambientales no puede ejercerse en la arena. Sobre estas atracciones, Julián Virgen señala: “la principal es la de Isla Cocinas. Venir a Pérula y no venir a Isla Cocinas es que no viniste a Punta Pérula”, señala.

Al turismo medioambientalmente responsable en Punta Pérula, que implementa acciones de una respetuosa relación con la naturaleza y la práctica de una arquitectura sostenible en la región que procure el equilibrio con la naturaleza, se suma, también, la promoción de la artesanía local en los hoteles de la zona, como en Villa Nahuales, promoviendo la tradición cultural y estableciendo un vehículo de ingresos para los artesanos locales.

"A Punta Pérula acuden tanto turistas nacionales como internacionales, estos últimos principalmente en el periodo que comprende de noviembre a marzo. "El turista lo que quiere es olvidarse de la ciudad, las playas que tenemos en el municipio son playas vírgenes que te desconectan, aquí vienes a disfrutar, vienes a descansar, a relajarte y más que nada a probar nuestra gastronomía que está de lujo", enfatiza el encargado de Turismo de La Huerta. 'Todo el tiempo tenemos turismo', destaca, al tiempo que señala la próxima creación de un corredor turístico en la Costa Alegre, el cual integrará las playas de La Huerta con las de Cihuatlán y Tomatlán hasta Cabo Corrientes"

Julián Virgen invita a visitar no solamente Punta Pérula, sino otras playas de La Huerta que poseen su propio encanto y complementan una estética y enriquecedora experiencia turística, como La Manzanilla. "Tenemos La Manzanilla, que es una playa muy bonita con diferentes atractivos turísticos y también tiene lo suyo... y así como se enamoran de



Punta Pérula, se vayan enamorando de todas las demás playas de La Huerta, que tiene las más bellas de todo el corredor turístico de la Costa Alegre", señala.

Punta Pérula, si bien es una playa de ensueño, representa también una oportunidad de aprendizaje en la corresponsabilidad; de entender que nuestras acciones impactan en el futuro y que juntos podemos crear el mejor posible respetando la inocencia de la vida. Esa es la enseñanza. Como un firme mensaje de este turismo sostenible, Julián señala: "Cuando vayas a un lugar, déjalo mejor que como lo visitaste, hay que cuidarlo porque así nuevas generaciones lo van a poder disfrutar como tú lo estás disfrutando".





BOCA DE TOMATE, LA MÁS SEPTENTRIONAL PLAYA VALLARTENSE

La playa representa, dentro del vibrante Puerto Vallarta, un remanso para la apreciar la naturaleza, y una emblemática gastronomía en sus tradicionales “Ramadas”

Boca de Tomate es una playa vallartense ideal para descansar. Se caracteriza por su aura de desconexión a lo vertiginoso. Se orienta más a un turismo de aventura, y observación de la naturaleza. Cautiva con su gastronomía, con ese platillo de pescado zarandeado que se saborea al son del oleaje. Se sirve en las llamadas ‘ramadas’, restaurantes tradicionales cuyos techos de ramas de la región le

han otorgado una encantadora atmósfera rústica; una poesía visual que al atardecer da paso a un cielo donde los astros se aprecian iridiscentes sobre el mar en la ausencia de contaminación lumínica, pese a su cercanía con ese Vallarta vibrante y comercial.

“Viajar implica buscar lugares para descansar, de alguna manera, y uno de esos lugares, a

donde no hay que desplazarse muy lejos, que esta cerquita del pueblo, es ese precisamente (Boca de Tomate), es muy popular, por a pie, por así decirlo a una distancia caminando del campo de golf de marina a Boca de Tomate, está a poco más de media hora”, comenta Gabino Urrutia, cronista y guía turístico de Puerto Vallarta.

Gabino, recalca que a Boca de Tomate se llega en auto o cami-



nando, ya que no hay transporte público que lleve hasta esa playa, y él recomienda de entre estas opciones, la de a pie, solo así se conoce la naturaleza y los lugares., añade y recuerda que la tendencia actual en turismo es precisamente el que implica un mayor respeto por el medio ambiente y las especies, “regresar a lo natural porque el turista cansados de lo artificial... pero tienes que reeducarte, sino no lo puedes disfrutar tampoco”, comenta.

El aura de desconexión de Boca de Tomate privilegia un turismo orientado a la contemplación y al disfrute de la naturaleza. Esta zona se encuentra cercana al ambiente moderno y comercial vallartense, así como a la región de Nayarit, que es aún más comercial. “Ese espacio natural es pequeño, pero si te da esa sensación”, expresa el especialista en la región, entorno a Boca de Tomate.

vida gracias a su importante vocación gastronómica. Su característico pescado zarandeado es el platillo estrella de “Las Ramadas”, restaurantes tradicionales con techos hechos a base de ramas. “Originalmente el nativo hacía su sombra con hoja de palma, palapa de cerro, no la de coco, y ramas de las mangles, para hacer su sombra y vender su producto (pescado)”, comenta Gabino, quien ahonda: “Boca de Tomate ahorita es un comedor popular en la región, muy fuerte, sobre todo los fines de semana. El nativo y la gente de la montaña baja a comer pescado”. Gabino señala que, en contraparte, la gente del mar suele irse los fines de semana a la montaña a disfrutar de otros platillos, como birria o carne asada.

Este famoso pescado zarandeado de Boca de Tomates, zona que viene a representar la parte más septentrional de Puerto Vallarta, es



“un pescado asado a la leña, y cada restaurante dice que tiene el mejor del mundo, ya sabes cómo es la gastronomía mexicana (risas), pero es la especialidad precisamente de ese lugar, es ir a comer pescado frito, pero frito, frito como chicharrón. Tu escoges tu pescado, ese mismo pescado te lo ponen en aceite y te lo doran”, señala el experimentado cronista y subraya “ese es el fuerte de esa zona, el pescado frito en un cazo lleno de aceite que hace que quede tostadito por fuera y por dentro blandita la carne”, señala Gabino.

Boca de Tomates ha preservado su atemporal encanto de paz, en parte, gracias a la condición de su camino. Este no se conectó directamente con la carretera principal, quedando como un acceso independiente que, en ocasiones, no es de muy fácil tránsito por las condiciones del terreno. Al no entrar transportes públicos, solamente puede ser transitado en vehículo particular o caminando desde la entrada, lo que implica un trayecto de poco más de media hora a pie. Por ello, resulta un tanto retador llegar como retirarse sin un vehículo propio, sin embargo, ello ha abonado a su preservación.

Boca de Tomate, por su oleaje dinámico y fuerza del viento, es un sitio propicio para la práctica de deportes acuáticos tales como windsurf y kitesurf. No obstante, destaca Gabino: “Ahorita lo están usando (el windsurf) más acá en los hoteles... y no ha entrado tan fuerte como está hoy en el Caribe”. Por lo que el lugar sigue teniendo mayormente una vocación de contemplación de la naturaleza y

de gastronomía en “las ramadas”

Uno de los referentes de Boca de Tomates que le ha visto a través del tiempo es su emblemático cocodrilo, parte del ecosistema, y que posee ahí mismo su hábitat delimitado de los paseantes. Pese a que popularmente se le ha encasillado como una especie agresiva y dañina, el especialista en turismo y cronista señala que no es así. Argumenta que se debe mantener una distancia prudente, sin acercárseles y mucho menos violentarlos o alimentarlos, pues gran parte de los ataques que sufren las personas por parte de esta especie es a causa, precisamente, de que es el ser humano quien se les acerca y los molesta.

Gabino Urrutia igualmente invita al turista a visitar otros sitios vallartenses más allá de los destinos de sol y playa, e interesarse por la historia de los espacios, la gente, la cultura y la naturaleza, “creemos que lo natural se limita nada más lo humano”, destaca, sin embargo reflexiona en que el valor de la naturaleza y la vida no se debe tazar únicamente en función del valor o la utilidad que le representa al ser humano, del provecho que este le puede sacar, porque ello va más allá de nosotros mismos, y ejemplifica con los ecosistemas, y las puestas de sol en esa Boca de Tomate que de algún modo se ha suspendido en el tiempo.



JALISCO GALARDONADO COMO EL MEJOR DESTINO INTERNACIONAL 2026

Jalisco: el alma de México, al ser el ícono más representativo del país ante el mundo, ha recibido el prestigioso premio de la reconocida revista turística Condé Nast Traveler España como Mejor Destino Internacional del Año 2026.

Esta distinción, de las más prestigiosas de la industria turística a nivel global, ha sido otorgada al Estado con base en el reconocimiento del público lector de la afamada e influyente publicación, que viene a constituir un referente en la industria.



Jalisco, la tierra del Mariachi, el Tequila y la Charrería (iconos representativos de la mexicanidad ante el mundo), ha sido galardonado con la prestigiosa distinción del Mejor Destino Internacional del Año 2026. Esta distinción le ha sido otorgada por la reconocida revista especializada en turismo Condé Nast Traveler España, validando así la riqueza cultural, gastronómica y natural de la región, y consolidándole ante mercados turísticos sumamente competitivos a nivel internacional.





El premio de la revista Condé Nast Traveler (referente internacional en viajes, lujo y estilo de vida), que proyecta a Jalisco como la mejor expresión de México ante el mundo, le fue otorgado al Estado con base en el reconocimiento de los miles de lectores de su edición española. Esto evidencia su especial interés por las regiones jaliscienses: desde su capital, Guadalajara, una ciudad dinámica, de negocios e innovadora, pero también colmada de tradiciones; sus Pueblos Mágicos impregnados de colores, sabores y cultura (uno de ellos Tequila, donde se dibuja la mexicanidad a través de paisajes agaveros); así como su “Perla del Pacífico”, Puerto Vallarta, destino de playa mundialmente reconocido por su sofisticación y espectaculares puestas de sol, y distinguida además como la mejor ciudad pequeña de Latinoamérica según la propia publicación; hasta esa paradisiaca Costalegre, que ha venido a consolidarse como un corredor turístico de clase internacional, siendo Punta Pérula uno de sus puntos más destacados, donde se apuesta por la sostenibilidad y el impulso a un turismo amigable con el medio ambiente. En suma, estas regiones representan experiencias turísticas memorables tanto

para visitantes internacionales como nacionales; además, Jalisco cuenta con una amplia oferta de eventos que le fortalecen turísticamente a lo largo del año.

“Recibir el Premio Condé Nast Traveler España 2026 es un honor que confirma el lugar que tiene Jalisco entre los destinos turísticos más admirados del mundo”, afirmó Michelle Fridman Hirsch, Secretaria de Turismo de Jalisco, quien añadió: “En el año en que Jalisco recibe al mundo como la sede más mexicana de la Copa Mundial FIFA 2026,



este galardón reafirma la fortaleza de nuestro sector turístico.

Gracias a nuestros visitantes, empresarios, prestadores de servicios y a todas las personas que, con su talento y compromiso, hacen posible que hoy podamos decir con orgullo que Jalisco es México”. Este galardón a Jalisco, otorgado por los miles de lectores de la respetada publicación turística Condé Nast Traveler y también viajeros, no solo posiciona a la entidad como uno de los destinos más valorados a nivel global, sino que igualmente viene a avalar la estrategia de promoción turística impulsada por el Gobierno Jalisciense para ampliar la presencia del Estado en mercados medulares del viejo continente, Norteamérica y demás regiones con potencial turístico hacia a entidad, catapultándolo como uno de los principales puntos de entrada a México.

PUERTO VALLARTA DESTINO TOP DE TRIPADVISOR

La Perla del Pacífico repite como uno de los cinco mejores destinos de México en los Premios Travelers' Choice 2026.

Un destino de sol y playa cautivador.

Por su vocación no solo para atraer turistas nacionales y extranjeros, sino para dejar en ellos una imperecedera huella a base de sus hermosas vistas al Pacífico bajo cualquier mañana, tarde o noche; la estética de su arquitectura, que nos cuenta alguna historia en cada rincón; su malecón ampliamente extendido, y su variada oferta hotelera y riqueza gastronómica, además de la calidez de su gente, Puerto Vallarta brilla y se destaca como un inmejorable destino turístico, siendo reconocido una

vez más por los Premios Travelers' Choice Best of the Best 2026 (una de las plataformas de viajes más consultadas a nivel internacional).

Los galardones Travelers' Choice Best of the Best 2026 (icónicos distintivos que enaltecen la excelencia de los destinos, sus establecimientos y experiencias) se otorgan tomando en cuenta las mejores calificaciones y opiniones que emite la comunidad de viajeros en esta reconocida plataforma durante un año.



paseante a recorrerlo desde su centro histórico y da vista, además de a la playa, con sus hermosos matices, a una diversidad de restaurantes, cafés, bares, galerías de arte, boutiques, joyerías y otras ofertas de servicios, se posicionó entre las cinco principales atracciones turísticas del país, al consolidarse como uno de los espacios más emblemáticos y representativos del destino, cuyo clima hace que cualquier época del año sea ideal para visitarlo.

En las prestigiosas distinciones al puerto, los Travelers' Choice Best of the Best 2026 también

reconocieron en su oferta turística al Hotel Casa Velas, que se ubicó entre los diez mejores de México, y al restaurante Gaviotas, del Hotel Sheraton Buganvillas, posicionándose entre los diez mejores restaurantes de alta cocina del país.

El emblemático Malecón de Puerto Vallarta entra al top cinco de mejores atracciones de México.

Los Travelers' Choice Best of the Best 2026, además de reconocer nuevamente a Puerto Vallarta como un destino idóneo por reunir una amplia oferta de riqueza turística, refrendando su posición entre los favoritos de los viajeros, distinguieron a su malecón: un espacio con accesos a desnivel directos a la playa, restaurantes que pintan de sabor la estancia y diversas experiencias ofertadas a los visitantes, quienes se llevan la ciudad portuaria primero en sus ojos y después en su corazón, para luego volver.

El Malecón del puerto, que invita al





brilla como una perla en el Pacífico atrayendo miradas, reafirma ante el mundo su vocación turística, en la que refleja su riqueza natural, arquitectónica, cultural, gastronómica y comunitaria, apuntalada por una importante estrategia de trabajo coordinado entre el sector empresarial, prestadores de servicios y colaboradores del sector turístico. Asimismo, el visitante se lleva en su memoria a su gente, sus principales embajadores.

En cuanto a experiencias, los galardones reconocieron al tour de tirolesas de Los Veranos y al recorrido gastronómico por el Centro de Puerto Vallarta, de Vallarta Food Tours, posicionándolos en el top diez de experiencias en México.

Así, Puerto Vallarta, que



LA GASTRONOMÍA DE JALISCO BRILLA MUNDIALMENTE CON ESTRELLAS MICHELIN

Jalisco se posiciona en la elite gastronómica a nivel global, la guía Michelin, prestigiosa publicación francesa especializada en gastronomía y turismo que da cuenta de los más destacados restaurantes y hoteles alrededor del mundo, reconoció la excelencia de 13 restaurantes del Estado, que con sus sabores, ingredientes y tradiciones crean experiencias memorables a sus comensales, lo que a su vez contribuye significativamente en el desarrollo turístico de la región.

La gastronomía es protagonista en Jalisco, la reciente integración de 13 establecimientos locales a la selección 2026 de la guía Michelin, da cuenta de una oferta culinaria que con sus sabores, ingredientes y tradición envuelven en una experiencia única al comensal. Estos reconocimientos, también, validan toda una cadena de valor, desde los productores hasta los chefs, y posicionan a la entidad entre las elites gastronómicas a nivel internacional, lo que abona a reforzar su competitividad turística, así lo culinario juega un papel estratégico en el desarrollo económico de la región, pues la cocina es una seña de identidad que atrae.

La Secretaria de Turismo de Jalisco, Michel Fridman, en coordinación con autoridades municipales entregaron las 13 placas Michelin a los restaurantes reconocidos por su



excelencia, el acto visibilizó y celebró su talento, compromiso y el trabajo colectivo que hacen de Jalisco un referente culinario de México.

La ciudad de Guadalajara se consolida como un importante epicentro de la gastronomía por excelencia, al recibir 10 de los 13 reconocimientos de la prestigiosa publicación gastronómica Michelin, en donde los restaurantes Alcalde y Xokol han sido premiados con una estrella; Cabe destacar que



Xokol sumó también la Estrella Verde, un reconocimiento adicional exclusivo a la sostenibilidad.

En cuanto a la distinción Bib Gourmand, se reconoció a palReal y Tacos y Gorditas Elvira, por ofrecer una experiencia de alta calidad a un coste moderado.

Los giros Allium, Tikuun comedor local, Teté Cocina de Barrio, Birrieria David, Birrieria las 9 Esquinas y la Docena, recibieron la distinción completando la lista como restaurantes recomendados.

En tanto en la Perla del Pacífico, Puerto Vallarta, el restaurante Icó, destacado por su cocina de autor, logró hacerse con la distinción Bib Gourmand. También en el puerto la guía incluyó a Pancho's Takos como restaurante recomendado, validando así la cocina popular y tradicional dentro de los estándares de excelencia de la



publicación francesa.

Igualmente, la guía Michelin se extendió hasta la hermosa Costa Alegre, donde se combinan la oferta de hotelería de lujo con la sostenibilidad ambiental, así en La Huerta, el restaurante Coyul ubicado dentro del complejo Four Seasons Tamarindo, fue integrado en la selección de restaurantes recomendados.

Estas distinciones visibilizan el trabajo de toda una cadena de valor, siendo el platillo la representación final de un proceso en que participan desde productores y agricultores hasta cocineiras tradicionales, chefs, equipos de servicio y comunidades que preservan y enriquecen el patrimonio alimentario de la entidad.



La inclusión de Jalisco en la guía Michelin constituye un impulso turístico importante, La región recibe anualmente más de 34 millones de visitantes, es tercer lugar en México en cuanto a aportación al Producto Interno Bruto (PIB), y empleo turístico, y se mantiene como primer lugar nacional en oferta hotelera y en número de establecimientos de hospedaje.



La integración de 13 establecimientos de Jalisco a la guía Michelin posiciona al estado en la élite gastronómica global

Además, Jalisco es el segundo lugar nacional en cuanto a oferta de habitaciones hoteleras, esto con 83 mil 990 habitaciones de hotel.

Los reconocimientos de la prestigiosa firma Michelin, constituyen una vitrina a nivel mundial que muestra la dedicación de todos quienes contribuyen a exaltar las gastronomía en la entidad, recordando que el sabor también es tradición, cultura e identidad.



DISTINGUEN A RESTAURANTES DE JALISCO EN LOS WINE SPECTATOR RESTAURANT AWARDS 2026

Jalisco no solo es ampliamente reconocido por la sazón de su gastronomía, que exalta sus tradiciones y cultura, sino también por el prestigio de su oferta vinícola. Prueba de ello es que los Wine Spectator Restaurant Awards (galardones que destacan la excelencia culinaria y vinícola) han reconocido a cuatro restaurantes del Estado, dos de ellos en la Guadalajara y otro par en Puerto Vallarta.





Dentro de la categoría Awards of Excellence, que reconoce cartas de vino cuidadosamente seleccionadas e integrados para acompañar las propuestas de su menú, los Wine Spectator Restaurant Awards (prestigiosos e internacionales galardones que destacan la excelencia gastronómica y Vinícola), reconocieron a cuatro restaurantes jaliscienses, dos en Guadalajara, y otros dos en Puerto Vallarta.

En la ciudad tapatía, los establecimientos de La Mantequería y Roothouse, fueron distinguidos con los citados galardones, a los que se hicieron merecedores en base a sus imperdibles propuestas gastronómicas de inspiración mediterránea.

En Puerto Vallarta, los restaurantes La Corona y Café de Artistas by Thierry Blouet (con una destacada selección de etiquetas provenientes Chile, Argentina, California, Francia y México), fueron los reconocidos con la distinción.





Los Wine Spectator Restaurant Awards (galardones que destacan la excelencia culinaria y vinícola) han reconocido a cuatro restaurantes del Estado, dos de ellos en la Guadalajara (La Mantiquería y Roothouse) otro par en Puerto Vallarta (La Corona y Café des Artistes by Thierry Blouet)

Así, con las distinciones de los Wine Spectator restaurant Awards, Jalisco da cuenta al mundo de su potencial como un excelente anfitrión para sus visitantes.

En la edición 2026 de los Wine Spectator restaurant Awards, más de 4 mil restaurantes de 87 países y territorios han sido reconocidos por la calidad de sus programas de vino, en un escenario donde los consumidores aprecian más la calidad de las cosechas por encima de la cantidad, además de buscar explorar los sabores de nuevas regiones y propuestas emergen-

tes, con especial interés en cadenas de valor sustentables.

De los giros reconocidos en esta edición 2026 de los prestigiosos galardones dos mil 83 obtuvieron el Award for Excellence, en tanto mil 830 se hicieron merecedores del Best of Award of Excellence, y 99 alcanzaron el máximo reconocimiento, el Grand Award.

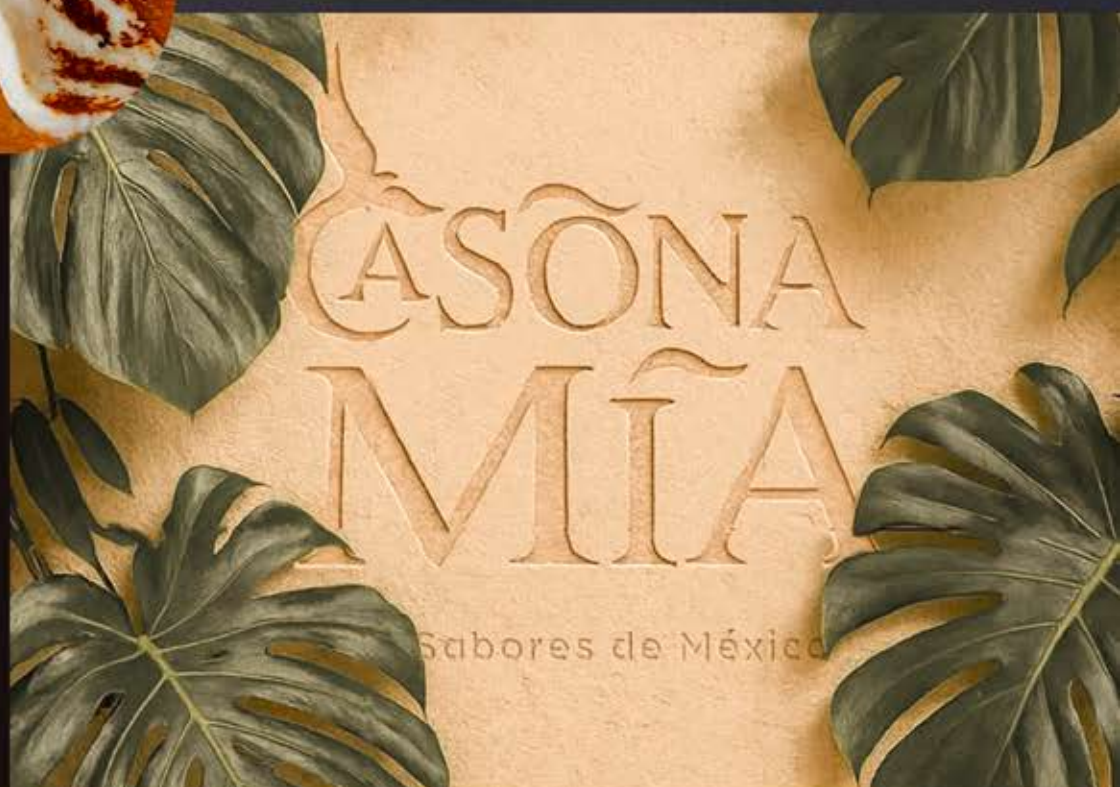
GREGORIO GODOY: “LOS RESTAURANTES VENDEMOS EXPERIENCIAS, NO SOLO COMIDA”

Actualmente existe una mayor competencia en el sector de restaurantes, por lo que la diferenciación y la fidelización de sus clientes es un componente estratégico para permanecer en el mercado

Gregorio Godoy, presidente en Jalisco de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), y empresario en el sector con su restaurante “Casona Mía”, reconoce el panorama retador del emprendimiento en restaurantes, menciona que se requiere visión y pasión en un mercado competido donde las nuevas propuestas se tienen que diferenciar y posicionar obteniendo la confianza y credibilidad de los clientes, “no está nada fácil, dejó de ser el negocio que era hace 20 años, ya los porcentajes de retorno, la




CANIRAC
CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS



ganancia ya no son las mismas”, expresa, invitando al empresario del nicho a pensar estratégicamente y más allá del sabor de sus platillos y las ganas que tengan de entrar al sector, pues advierte: “vemos que abren muchos lugares, pero así mismo vemos que cierran también muchos”.

“Ahora los restauranteros ya no vendemos comida, vendemos experiencias, ¿no?” menciona Gregorio Godoy, reconociendo que además de un buen menú en la oferta de un restaurante, se deben sumar sensaciones agradables al comensal “tienes que hacer un concepto, que vendas una experiencia completa, obviamente que sea una buena comida, un buen plato, pero también el servicio y la experiencia que es desde que llegas al estacionamiento hasta que te retiras del lugar, debe dejar esa sensación de que no solo viniste a comer” comenta el titular de CANIRAC, Jalisco.

En cuanto a su propuesta de restaurante “Casona mía”, inaugurado el pasado 30 de enero y que ha impulsado mediante una co-sociedad, Gregorio Godoy destaca la experiencia sensitiva que se le brinda al comensal entrelazando la mexicanidad de antaño con el diseño contemporáneo y que crea así la sensación de una atmosfera envolvente que aleja del bullicio de la ciudad, aunque se encuentre inmerso en ella.



“Se trabajó mucho en el concepto, en la experiencia que queríamos transmitir, en cómo transportar a la gente, a que venga a un lugar que no está en la ciudad; a un lugar que es muy mexicano, pero no como hay muchos ya en México, en Guadalajara. Este es un lugar más contemporáneo, un poquito más cuidado en cuanto al diseño, que se nota más moderno, pero sin perder esa tradición, y hemos logrado algo muy padre: a la gente le ha gustado, ha sido un éxito... la gente recibió bien el concepto”, menciona Gregorio Godoy.

La iluminación desempeña un papel protagónico en “Casona Mía”, cae como un manto fresco desde su ingreso, una especie de zaguán con canticos de aves, preámbulo que despoja al

comensal recién llegado del ajetreo citadino, predisponiéndolo a un mejor estado de ánimo. “Si te fijas desde la entrada, entras a un túnel verde ¿no?, con estos pajaritos, y como hay una ambientación completamente diferente que a la de la calle... creo que se logró un buen resultado de este concepto que fue muy cuidado en muchos detalles”

La especialidad de la casa es la comida mexicana, sin duda, y de ella emanan platillos imperdibles como la lengua en salsa verde, la costillita, el chicharrón, las tortillas embarazadas para el desayuno con algún guiso arriba, los chilaquiles, y por la tarde, los aguachiles y algún corte de carne, en fin, para todos los gustos. “Vale la pena darle una pasadita al menú para el



desayuno, la comida o la cena (con música en vivo)", menciona el también empresario restaurantero. Él señala que, entre semana, su público está integrado mayormente por grupos de mujeres o compañeros de trabajo, mientras que los fines de semana el ambiente se vuelve más familiar. Igualmente, Gregorio Godoy señala que "Casona Mía" es un restaurante planeado estratégicamente con un concepto de crecimiento, y esperan en el mediano plazo aperturar otras sucursales en el Área Metropolitana de Guadalajara, además de tener la visión de llegar a otros Estados del país.

Gregorio Godoy, destaca que la gastronomía posee cada vez mayor relevancia en el Estado de Jalisco al ser impulsada por la Secretaría de Turismo, consciente de que el turismo gastronómico toma cada vez más fuerza a nivel mundial, por lo que hay que competir también en ello,

menciona. "Yo creo que el tema de la gastronomía es un tema de competencia mundial. Creo que si no compites con el turismo gastronómico quedas fuera de un segmento muy importante que ahora viaja para comer", igualmente enfatiza en que el turismo gastronómico puede ser la respuesta para extender la estancia de los visitantes a los diversos destinos Jaliscienses, beneficiando así al sector hotelero en la región.

El Mundial de Fútbol 2026 (México, Estados Unidos y Canadá), un evento deportivo de alto impacto a nivel global

que tiene a Jalisco como una de sus sedes, ha sido un extraordinario catalizador para impulsar la oferta culinaria, un ejemplo de ello ha significado la llegada y reconocimiento de la guía MICHELIN a restaurantes locales, además de la reconocida y afamada ceremonia de la entrega de las estrellas Michelin en la entidad, relevante evento que ha posiciona a Jalisco en la escena gastronómica internacional como una reconocida marca destino con desarrollo económico antes del inicio de la fiesta mundialista.

"Creo que nosotros con el pretexto del mundial, desde hace dos años comenzamos con el tema de buscar que la guía Michelin viniera a Jalisco, comenzamos con esta meta y afortunadamente la logramos. Afortunadamente el Gobernador Pablo Lemus apoyó y la secretaria Michel (secretaria de turismo de Jalisco) vino a sumarse para que se presentara la guía el pasado 20 de mayo para todos los Estados participantes, no solo para Jalisco, pero fue un pretexto el mundial,



teníamos que llegar al mundial con esta herramienta de la guía Michelin”, expresó el titular de la CANIRAC en Jalisco.

Gregorio Godoy está convencido de que la gastronomía es un componente esencial del turismo, tanto así que sin el impulso al llamado turismo gastronómico, el destino se estaría quedando fuera de la competencia mundial.

La preponderancia de este turismo gastronómico como una herramienta eficaz para revitalizar regiones y atraer visitantes interesados en la tradición y la cultura, se ve delineada en las estrategias de sus rutas de bebidas. Destaca la del Tequila (que abarca los municipios de la Región Valles: Arenal, Amatitán, Magdalena, Tequila, Etzatlán, San Juanito de Escobedo, Ahualulco de Mercado y Teuchitlán) o la de la raicilla, que atraviesa la Sierra Madre Occidental y la costa de Jalisco; así como en los corredores culinarios de Chapala, Ajijic, Puerto Vallarta, Ciudad Guzmán, Tapalpa, Mazamitla y Los Altos de Jalisco, por citar algunos. “Creo que al final del día todos los esfuerzos suman”, señala Godoy.

Al observar el ecosistema de negocios gastronómicos que ha florecido en Guadalajara con ricas propuestas derivado de una ardua y enfocada estrategia de trabajo tanto gubernamental como empresarial y académica,

Gregorio Godoy menciona que la ciudad de las rosas posee las condiciones para convertirse en un referente gastronómico, no solo nacional, sino a nivel Latino América. “Nosotros hemos trabajado para que Guadalajara se convierta en la capital gastronómica de México, pero porque no pensarlo en la capital gastronómica de Latino América, creo que tenemos todo para hacerlo, cada vez tenemos mejores propuestas, tenemos chefs reconocidos, tenemos lugares muy bien puestos que compiten con los restaurantes que me digas en donde me digas, y tenemos la gastronomía tradicional jalisciense que es muy buena y obviamente tenemos al maria-chi, el tequila y todo lo que implica esta experiencia que te comento que es bien importante ahora en el tema gastronómico”, señala.

Respecto a la Costa Sur de Jalisco, Godoy reconoce su amplio potencial gastronómico, y destaca la inversión que se está haciendo en la zona por parte de hoteleros, además del Aeropuerto Internacional de Chalcatepec que el Gobierno de Jalisco construye en Tomatlán; lo que significará un crecimiento turístico y, en consecuencia, una mayor demanda de servicios, entre ellos culinarios, lo cual en algún momento conducirá a la creación de un corredor gastronómico. “Creo que eso se va a dar naturalmente, con la inversión que están haciendo hotele-



ros nuevos que están llegando, y el tema del aeropuerto que ya están trabajando, creo que eso es algo natural (la creación de un corredor gastronómico en La Costa Sur), obviamente va a suceder, yo creo que falta un poquito de tiempo todavía”.

Gregorio Godoy desde su propia y temprana experiencia en el negocio de los restaurantes explica que siempre quiso emprender en el giro en el cual debe prevalecer intacto el gusto por servir a la gente, ese es el mayor secreto en la construcción del éxito agudizando el sentido para construir mejores experiencias hacia el comensal.

“Yo digo que todos de chavos queremos tener un bar o un restaurante para nuestros amigos, así empezamos a querer algo. Creo que todos en algún momento de nuestras vidas queremos tener un restaurante o un bar. Yo desde muy joven empecé a hacer eventos, fiestas; en ese momento se usaban las fiestas



de paga con sonido y grupos. Empecé muy joven, desde mi último año en la secundaria a hacer eventos de paga. Ahora sí que de ahí nace el gusto por atender a la gente. Empecé a hacer fiestas desde la secundaria y la prepa, y desde hace 35 años me asocié con un primer restaurante; estaba en el Country Club y, bueno, desde ahí creo que es un tema de pasión, un tema de gustos.", menciona Gregorio Godoy.

El presidente de la Cámara de restaurantes de Jalisco enfatiza y advierte a los jóvenes que el impulsar un restaurante demanda investigar el giro, tiempo y la necesidad de capacitación constante, pues, les recuerda, hoy por hoy hay bastante competencia y no recomienda invertir sin un plan de negocios "Ya no estamos para experimentar y perder dinero en negocios que realmente nacen perdidos, porque

desgraciadamente hay mucha gente que pone restaurantes sin tener idea del esfuerzo que significa, del tema de sacrificio, cualquier restaurante, cualquier restaurantero te va a decir lo mismo, ser restaurantero es sacrificar mucho tiempo, mucho tiempo de familia, de amigos, porque es muy celoso el restaurante", advierte.

Igualmente, señala que la CANIRAC es un buen lugar al que se pueden acercar para capacitarse: "Nosotros les podemos ayudar para ponerles más claro cuál es la tramitología que deben de seguir, todo lo que

deben de tener antes de siquiera pensar en empezar a abrir un restaurante", destacó.

Gregorio Godoy, igualmente, adelantó que se está trabajando en conjunto con la Universidad de Guadalajara para ofertar en su momento la carrera de empresario restaurantero, que será única en su tipo en todo México.

JALISCO VIVIÓ SU ANFITRIONÍA MUNDIALISTA CON MEMORABLES CONCIERTOS, DESDE MANÁ HASTA PLÁCIDO DOMINGO

La emblemática banda tapatía Maná, Alejandro Fernández, Julieta Venegas y el reconocido tenor Plácido Domingo formaron parte de la oferta de entretenimiento y cultura.

Jalisco se vistió de manteles largos y, en su rol como sede de la Copa del Mundo 2026, ofreció una serie de conciertos que han quedado para la posteridad al reunir en suma a 447 mil 400 personas en el Área Metropolitana de Guadalajara y en Puerto Vallarta, haciendo más grande el aura de la festividad futbolera en el estado y contribuyendo a proyectarlo internacionalmente como la sede más mexicana del torneo.

En la Minerva, la emblemática banda tapatía Maná, que abrió la justa mundialista en el Estadio Azteca durante el partido inaugural entre la selección nacional y Sudáfrica, congregó a 170 mil personas. En una atmósfera cargada de energía y nostalgia, los miles de asistentes corearon cancio-

nes como "De pies a cabeza", "Te lloré todo un río", "Me vale" y "Oye mi amor", por mencionar

algunas del amplio y reconocido repertorio de la exitosa agrupación que viera sus inicios con el nombre de Sombrero Verde allá por los albores de los años 80.

Fher Olvera, vocalista y líder de la banda; Alex González, baterista; Sergio Vallín, guitarrista, y Juan Calleros, bajista, estuvieron en casa, donde sus nombres son ampliamente reconocidos y un referente inspiracional de éxito. Entre canción y canción emergían fragmentos, y a veces páginas enteras, del anecdotario de Maná. Vivencias que, compartidas con el público por Fher, abrían una puerta para conocer su trayecto:

desde ese sueño de la adolescencia por tener una banda de proyección mundial, cuando estudiaba





en la Preparatoria Número 5 de la UdeG y sus inicios como Sombrero Verde, que con disciplina y talento se materializó en Maná.

Para la cita, hubo fans que llegaron hasta una noche antes a las inmediaciones de la Minerva, la cual paulatinamente quedó, cual isla, en medio de un mar de gente con la que, sin importar su gran número, la banda estableció una comunión en torno a la fraternidad, donde Fher conectó con todos como si estuviese charlando en una reunión entre amigos. El concierto invitó al abrazo entre quienes apenas coincidieron e hizo olvidar diferencias, “que bonito cantan aquí en Jalisco”, dijo el vocalista; Sergio Vallín habló a través de sus solos de guitarra, especialmente con “Corazón espinado”, Alex encendió la noche con la batería, para después lanzar sus baquetas al público en un gesto de agradecimiento hacia los fans, y un perpetuo recuerdo para quienes les conservaron, y Juan fue ese pilar discreto de una asociación musical que ha proyectado a Guadalajara por el mundo.

Siguiendo con la agenda de eventos que ampliaron la experiencia mundialista en el estado, el emblemático monumento tapatío volvió a encenderse para recibir una propuesta completamente

distinta, esta vez de la mano de Alejandro Fernández, quien protagonizó en el mismo espacio la “Serenata Más Grande de México”.

Por su parte, en la continuidad de esta serie de eventos que ampliaron la experiencia mundialista en el estado, la Minerva volvió a encenderse y ser un punto de encuentro con una propuesta distinta en la que Alejandro Fernández protagonizó la “Serenata Más Grande de México”, avalada por un total de 270,000 asistentes. El cantante, quien vistió su tradicional atuendo charro y compartió escenario con Julián Álvarez, Alfredo Olivas, así como con sus hijos Alex y Camila Fernández, interpretó temas como “No me sé rajar”, “Hermoso cariño”, “Estos celos” y “Estuve”, en un concierto al que igualmente acudieron turistas extranjeros provenientes de países como Colombia y España, presentes en el estado al que arribaron para apoyar a sus selecciones nacionales de fútbol..

Así también, el Conjunto de Artes Escénicas de la Universidad de Guadalajara, ubicado en Zapopan, Jalisco, fue el escenario donde el tenor de origen



español Plácido Domingo se presentó en el denominado “Concierto a tres voces: de España a México, la zarzuela que nos une”. El artista, quien se presentó precisamente en la sala del recinto cultural que lleva su propio nombre, expresó su agrado por regresar a Guadalajara, ciudad a la que le guarda especial afecto al estar presente en su memoria vinculada a sus inicios (1958) y a sus padres.

“Para mí, volver a Guadalajara es extraordinario. Tantas veces, desde jovencillo. Fue donde canté por primera vez en mi vida, con mis padres... La zarzuela mis padres la trajeron aquí. Y todos estos años hay un público extraordinario. Tengo una gran alegría de haber venido diferentes veces y esperamos seguir viniendo”, comentó el



artista luego del ensayo realizado bajo la batuta de Allen Vladimir Gómez.

Con una puesta en escena que fusiona la zarzuela española con la tradición del mariachi, esta obra celebra el encuentro musical de ambas culturas. Ante un público de 1,600 asistentes, Plácido Domingo se presentó flanqueado por una robusta producción de solistas, orquestas, coros, agrupaciones académicas





y niños músicos. Sobre el escenario, el reconocido tenor compartió reflectores con la soprano jalisciense Anabel de la Mora, el tenor Carlos Velázquez y el barítono Carlos López, sumando un total de 150 artistas en escena (99 instrumentistas, 50 voces de ensamble y las cuatro voces solistas).

El soporte colectivo de la velada estuvo integrado por la Orquesta Sinfónica para la Escena, la Orquesta Típica de Jalisco, la Banda de Música del Estado y el Estudio de Ópera de Jalisco. A ellos se sumaron las voces del

Coro BOCA (de la Secretaría de Educación Jalisco) y el Coro TEC, la frescura de los niños de ECOS y el toque tradicional del Mariachi Nuevo Tecalitlán Femenil. La gala fue producida por la Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco.

En tanto, en Puerto Vallarta, dentro del Vibra Jalisco Zona Fan, se presentó Julieta Venegas ante un público de 5,800 personas, constituido entre vallartenses, turistas nacionales y extranjeros. Así, en la Perla del Pacífico, con sus estampas de ensueño, Julieta Venegas interpretó sus temas más representativos

como “Eres para mí”, “Andar conmigo”, “Me voy”, “Limón y sal” y “Algo está cambiando”, por citar algunos. De este modo, Puerto Vallarta se sumó al marco de festividades de la anfitriónía de Jalisco, demostrando su calidez a los visitantes de diversas regiones tanto de México como del extranjero.

Los conciertos de Maná, Alejandro Fernández y Julieta Venegas fueron de acceso libre al público.



CENTRO DE CONVENCIONES VALLARTENSE: MOTOR DEL TURISMO DE NEGOCIOS

El Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta apuesta por el creciente turismo de reuniones como estrategia para atraer eventos cada vez más relevantes a la región.

Puerto Vallarta no solo es uno de los destinos de playa más importantes de México; también se ha convertido en un polo estratégico para congresos, convenciones y grandes eventos que mueven la economía local. En este contexto el Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta, que recientemente tuvo un importante proceso de renovación, juega un papel preponderante en el posicionamiento del destino dentro del turismo de reuniones.

Lorena Gómez Haro

Planell, directora del Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta, subraya la relevancia del recinto como motor del desarrollo vallartense, destacando la creciente oportunidad que representa el denominado turismo de reuniones. Señala que el puerto, por su belleza, la amabilidad de sus pobladores, su ubicación geográfica, su potencial empresarial, así como su conectividad aérea y carretera, se consolida como un enclave idóneo en este segmento. Igualmente añade

que, tras las afectaciones provocadas al paso del tiempo por huracanes en Acapulco, que han mermado su infraestructura de recintos, Puerto Vallarta se ha proyectado como la alternativa idónea para tomar ese relevo.

Gómez Haro, quien destaca como uno de los principales atractivos turísticos de Puerto Vallarta la calidez de su gente, que posiciona al puerto como la ciudad más amable del mundo (como se le conoce internacionalmente), enfatiza que es precisamente este factor de arropamiento al visitante lo que lo incentiva a regresar. “A Puerto Vallarta le dicen la ciudad más amable del mundo; cuando vienen (turistas), se enamoran de la gente, se enamoran del servicio”, menciona, al destacar igual-

mente el profesionalismo del sector turístico. Hace mención, asimismo, del énfasis que las autoridades ponen en la seguridad del puerto.

El Centro Internacional de Convenciones ha tenido recientemente una inyección de capital en su infraestructura para estar a la vanguardia y generar mejores experiencias de usuarios, “tuvimos una fuerte inversión en donde se encarpeto toda la calle principal que le da acceso al centro de convenciones, y yo creo que eso fue clave, pasamos de ser una terracería a una calle pavimentada con semáforos, lo que obviamente facilita el acceso al recinto, eso es importantísimo”, apunta la directora del espacio.

El balizamiento del estacionamiento, con capacidad para 600



vehículos, así como el cambio total del alfombrado del recinto, han constituido otras de las mejoras clave, reconoce Lorena Gómez Haro, “lo que hace ver nuevo y en excelentes condiciones”, señala.

El Centro de Convenciones Internacionales de Puerto Vallarta, atrae al puerto al segmento de un turismo de negocios que igualmente tras su jornada profesional pasan al esparcimiento de sol y playa en la diversa oferta vallartense, irradiándose así una mayor derrama económica, “aquí viene la gente a hacer negocios y obvia-

mente nuestras reuniones, nuestras exposiciones, nuestras convenciones son de martes a jueves, y aprovechan para quedarse a disfrutar de la ciudad viernes, sábado y domingo”

El Turismo de negocios ha ido creciendo considerablemente y representa una atractiva oportunidad de desarrollo económico en la región. “El turismo de reuniones ha crecido significativamente en lo que fue el año 2025, que es un tipo de turismo totalmente diferente pero igualmente valioso, porque es de alto poder adquisitivo” destaca Gómez Haro



Planell.

Entre los rubros del turismo de negocios que está atrayendo el Centro de Convenciones resalta el sector salud. "Nos está llegando mucho turismo médico: convenciones de doctores de todas las áreas, desde medicina robótica, geriátrica y de la reproducción, hasta especialistas de hombro y codo y cirugías plásticas; este último es el que más ha crecido", refiere la titular del recinto puertuario.

También, los eventos locales, como las graduaciones, comienzan a ser un fuerte del Centro de Convenciones, "Nos está volteando a ver nuevamente

La importante conectividad terrestre y aérea con que cuenta Puerto Vallarta, tanto a nivel nacional como internacional, ha jugado un papel clave en su dinámica y desarrollo económico, al propiciar la llegada de visitantes y, con ello, nuevas oportunidades de negocio. "La conectividad es sumamente importante: tenemos conexiones con Estados Unidos y Canadá... y conexión directa con la ciudad de Guadalajara en dos horas y media o tres horas (vía carretera); eso nos ayuda muchísimo en el tema de proveedores", señala Lorena Gómez Haro. Destaca que, aunque en el Centro de Convenciones se prioriza la proveeduría local con insumos y servicios vallartenses, cuando las circunstancias lo ameritan pueden recurrir a



el residente local para hacer sus graduaciones, nos estamos volviendo el recinto oficial de las graduaciones aquí en Puerto Vallarta, cosa que nos da muchísimo gusto... están creciendo mucho las graduaciones y eventos escolares", dice.

En 2026, los conciertos marcan la pauta, proyectando a la ciudad como un destino cada vez más activo en este tipo de espectáculos. Si bien el año pasado se inició con presentaciones de agrupaciones reconocidas como Flans o Pandora, este año la agenda ha comenzado a consolidarse con conciertos como los de Amanda Miguel y Kany García, mientras se perfilan nuevos eventos.



empresas de Guadalajara para pedir apoyo, "sobre todo para temas de conciertos que requieren de infraestructura mucho más grande", recalcó.

Cabe señalar que la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco informó que, en 2025, se abrieron 28 nuevas rutas aéreas, tanto nacionales como internacionales. En ese mismo tenor, en lo que va del presente año se han sumado otras 12 conexiones áreas, lo que consolida al estado como uno de los mejor conectados del país y refuerza su liderazgo turístico y económico.

En este contexto, Puerto Vallarta amplió su conec-



asociaciones civiles debidamente reguladas, sumándose así a sus causas nobles. Igualmente enfatiza en que otro tipo de productos de la cafetería del Centro de Convenciones como frituras de camote o pepino son hechas por vallartenses, apoyando así la economía local.

Así mismo para algunas áreas del recinto se prioriza la contratación, a través de asociaciones debidamente establecidas, de población vulnerable con sueldos competitivos.

Lorena Gómez Haro señala que la prioridad del Centro de Convenciones es atraer eventos capaces de generar una derrama económica significativa en el destino. Aunque en 2025 se realizaron 70 encuentros (15 menos que el año previo, donde se realizaron 85) el recinto elevó tanto el número de asistentes, que superó los 23 mil, como el valor económico generado, con un incremento cercano a 1.9 millones de pesos únicamente en el recinto.

A escala destino, Puerto Vallarta registró en 2024 una derrama de 573 millones 899 mil pesos, frente a casi 610 millones en 2025, lo que, en palabras de la directora, refleja una mayor rentabilidad de los eventos celebrados. “O sea, nuestros eventos se volvieron mucho más rentables”, refiere, y menciona: “A nosotros lo que nos interesa es que haya derrama económica en el

tividad internacional con nuevas rutas hacia ciudades canadienses como Toronto, Ottawa y Hamilton, así como a destinos estadounidenses como San Diego, St. Louis Missouri y Atlanta. A nivel nacional, se fortalecieron las conexiones aéreas con Puebla, Aguascalientes y San Luis Potosí.

Así, puerto Vallarta se vuelve muy rentable tanto por la belleza de la ciudad misma y la calidez de su gente, como por su conectividad, reconoce la titular del Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta, y enfatiza en que los congresistas están ciertos que el realizar un evento en Vallarta es sinónimo de éxito, de gran afluencia, “Estamos a vuelos directos de muchas ciudades y países”, menciona.

Comunitariamente el Centro de Convenciones impulsa el desarrollo, destaca su directora que justamente al priorizar su proveeduría local abona a ello, “es

nuestro interés principal”, señala, pero también destaca su política de inclusión “podemos decir que somos el espacio más incluyente en temas de recintos, somos el único recinto actualmente en México que cuenta con un área de lactancia, que todos nuestros espacios son de accesibilidad universal, también tenemos el área de ludoteca para que los asistentes puedan venir y dejar a sus hijos en un espacio seguro mientras ellos trabajan”, reconoce la titular del Centro de Convenciones.

Como parte de sus medidas de responsabilidad social, el Centro de Convenciones regula en su cafetería la oferta de alimentos con alto contenido calórico y bajo valor nutricional, al tiempo que promueve opciones más saludables. Productos como el pan de elote o las galletas, son elaborados por población vulnerable, como niños con capacidades diferentes, refiere Lorena Gómez Haro, quien añade que su adquisición se realiza a través de

destino, porque a mí no me sirve de nada tener lleno el centro de convenciones todos los días si no se ve beneficiada la ciudad completa”, y eso sucede cuando quienes acuden a los congresos tras trabajar salen a recrearse al puerto, adquiriendo productos y servicios vallartenses. “Aquí vienen, trabajan durante todo el día, pero a la hora que salen quieren salir, ir a cenar a un restaurante bonito, llegar a un hotel bonito, y sobre todo con la calidez de la gente de Vallarta que nos caracteriza. Entonces es una ciudad cien por ciento disfrutable. Vienen a su trabajo (el turismo de negocios), pero también a gozar la ciudad”, comenta Lorena Gómez Haro Padell, y recalca en la lógica económica “gastan fuera del recinto”.

El primer informe del presidente municipal vallartense, Luis Munguía, ha sido uno de los retos

más importantes en cuanto a la gestión de logística del Centro de Convenciones, recuerda la titular del recinto, ya que exigió una especial atención derivado de la gran convocatoria que registro. “Por un tema de capacidad, fue creciendo el evento, y se fue al doble de gente, esperábamos 3 mil 800 personas y nos llegaron más de 6 mil, esto en cuestión logística fue verdaderamente un reto” rememora.

Los premios Ariel, celebrados por primera vez en Puerto Vallarta en el año 2025, igualmente representaron una exigencia especial para la organización. “Los premios Ariel exigieron muchas horas de trabajo, y trabajar con muchos actores, porque todos tenían un papel importante, como la gente de Warner, de Jalisco T.V, de La Secretaría de Turismo del Estado, o del Fideicomiso, y la Secretaría de Cultura Estatal”,

comenta la directora del recinto.

Tras la pandemia de COVID-19, fue un reto recuperar la normalidad y reactivar la economía en los distintos sectores productivos, recuerda Gómez Haro. La funcionaria, quien asumió la titularidad del Centro de Convenciones en 2024, reconoce además la labor de su antecesor, Mario Barriga, a quien describe como un operador eficaz. Gracias a ello, reconoce, recibió la administración de un recinto en condiciones de operación y con gran proyección.

“Es un orgullo para mí estar trabajando aquí, un gran reto laboral. A pesar de que mi expertise siempre fue en eventos y logística, no había sido en un centro de convenciones; ha sido un constante aprendizaje. Vengo a trabajar con una alegría infinita todos los días y me ha enseñado a retomar el trabajo en equipo”, refiere la directora, señalando que vivir y trabajar en Puerto Vallarta es “trabajar en el paraíso”.



Dentro del reciente informe de actividades de Expo Guadalajara, que reportó una derrama histórica en 2025, la consolidación de eventos propios ha jugado un papel crucial para el dinamismo económico de Jalisco.

Un ejemplo de este impulso es el reflejo de lo alcanzado el pasado mes de abril, del 14 al 16, cuando se llevó a cabo en las instalaciones del recinto SICON: la Semana Internacional de la Construcción. Este encuentro, organizado en conjunto por IFEMA Madrid (institución con más de 40 años de trayectoria al frente de la Semana Internacional de la Construcción en España) y Expo Guadalajara,

SICON: CLAVES Y RESULTADOS DE LA GRAN CITA DE LA CONSTRUCCIÓN

Con el respaldo de cúpulas como CMIC, AMPI Y CANADEVI, el foro abordó retos en sostenibilidad y certeza jurídica, perfilando ya su próxima edición en Expo Guadalajara del 20 al 22 de abril de 2027.

reunió a 120 marcas expositoras y atrajo a una asistencia de 5 mil 500 personas, generando 300 reuniones de negocios en las que se concretaron cierres de tratos e importantes alianzas

estratégicas para el sector.

La plataforma contó con el respaldo institucional de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC) y la





Cámara Nacional de la Industria del Desarrollo y Promoción de Vivienda (CANADEVI). De este modo, SICON se erigió como un espacio clave para los negocios, la innovación y el conocimiento sectorial, tanto para México como para América Latina.

El evento marcó un hito al ser el primero en su categoría en el Estado en lograr reunir a la totalidad de los sectores de la

industria: desde fabricantes, proveedores y promotores, hasta arquitectos, ingenieros e instituciones públicas y privadas. Proyectándose como un espacio estratégico a nivel global, el encuentro ofreció foros y paneles especializados bajo una agenda multidisciplinaria. En ellos, actores de los ámbitos público y privado abordaron y analizaron retos actuales como la sostenibilidad, el desarrollo de

infraestructuras, la profesionalización y la implementación de nuevas tecnologías, sumando más de 36 ponencias técnicas especializadas.

Tanto en su anuncio como en su desarrollo, la Semana Internacional de la Construcción contó con la presencia de José Andrés Orendáin, presidente de Expo Guadalajara; Roberto Escobedo, presidente de la CMIC; Juan Manuel Chávez, coordinador de CMIC en SICON; Jahaziel Omar Castañeda, presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI); Jonathan Carrillo, presidente de la Asociación de Constructores de Obras Eléctricas de Occidente A.C. (ACOEEO), y Francisco Javier Aguayo, vicepresidente de representaciones de la Cámara Nacional de Comercio,



Servicios y Turismo de Guadalajara.

"Este evento significa tener una representación sólida y especializada de la industria en México", señaló José Andrés Orendáin respecto a la relevancia de SICON, destacando especialmente los encuentros B2B, en los cuales el 85 por ciento de los asistentes contó con poder de decisión.

Por su parte, el presidente de la CMIC, Roberto Escobedo, explicó que la presencia del organismo fue fundamental para articular a los desarrolladores, constructores, proveedores, la academia y el sector público: "Nuestra presencia no solo es institucional, es estratégica; buscamos ordenar la conversación, generar vínculos efectivos y conectar proyectos con oportunidades reales para el Estado y la sociedad, construyendo una industria más coordinada, con mayor visión y alcance".

En ese mismo sentido, Juan Manuel Chávez, coordinador de CMIC en SICON, celebró la culminación de año y medio de trabajo y planeación.

Por otro lado, Jonathan Carrillo, presidente de la ACOEO, detalló que a lo largo de 50 años su organización ha sido la encargada de ejecutar las obras eléctricas en el Occidente del país, con una capacidad técnica que abarca desde la alta tensión que alimenta a las ciudades hasta la precisión de los accesorios de un hogar. Al definir esta labor como un cimiento vital para el crecimiento de desarrollos inmobiliarios, naves industriales, centros médicos y espacios públicos.

En materia de retos y certidumbre, el director de la AMPI, Jahaziel Castañeda, puso sobre la mesa las dificultades que enfrentan los jóvenes para adquirir vivienda y urgió a acelerar los marcos normativos locales: "la urgencia de que la Ley Inmobiliaria sea obligatoria en Jalisco

para evitar fraudes y dar certidumbre jurídica".

Finalmente, el representante de Canaco Guadalajara, Javier Aguayo, ratificó el espaldarazo institucional a la plataforma: "Es un espacio que impulsa el desarrollo y la innovación en uno de los sectores más dinámicos de nuestra economía. Reiteramos nuestro respaldo, convencidos de que fortalecerá la relación entre empresas y profesionales a nivel internacional".

Además de la agenda de negocios, SICON contó con la Experiencia Dimanor de maquinaria en vivo, así como con un encuentro estratégico de mujeres en la construcción. Estas actividades formaron parte de un programa que contempló 32 actividades durante los tres días del evento, enriquecido por la presencia de organismos y asociaciones especializadas que fortalecieron el enfoque comercial del encuentro.



OTORGAN CRÉDITOS A NEGOCIOS DE LA COSTA SUR Y SIERRA DE AMULA, JALISCO

El Gobierno de Jalisco, a través de PROJAL (Promotora del Financiamiento para el Desarrollo de Jalisco), entregó créditos por más de cinco millones de pesos a giros comerciales de las regiones Costa Sur y Sierra de Amula, como parte del Plan Impulso Económico que busca activar la economía regional.

Con una cifra de exportaciones de 17 mil 377.5 millones de dólares durante el primer trimestre de 2026, más del doble que en el mismo periodo de 2025, Jalisco ha escalado al segundo peldaño como exportador en México. Así lo confirman datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En este segundo puesto alcanzado, la industria electrónica (una vocación del estado) ha sido medular, pues ella le representa al estado el 79 por ciento de su comercio exterior.

“Nos da orgullo que Jalisco sea el segundo estado con mayor dinamismo en exportaciones de todo el país. Aunque la mayor parte de nuestras exportaciones se concentra en la industria electrónica y sus componentes, sectores como el de bebida siguen creciendo, con un aumento del 17 por ciento”, señaló Cindy Blanco Ochoa, secretaria de Desarrollo Económico del Estado (SEDECO).

De este modo, a través de PROJAL, se entregaron créditos de hasta 100 mil pesos a giros de los ramos de comercio y servicios, tales como restaurantes, carnicerías, ferreterías, lavanderías, estéticas y tiendas de abarrotes.

Durante la entrega de los apoyos, se llevó a cabo la conferencia magistral “Lo que debes saber antes de solicitar un crédito”, impartida por Leticia Velasco, secretaria del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF Guadalajara). El evento contó con la participación de 300 empresarias y empresarios, fortaleciendo así las capacidades productivas de la región, articulando un cada vez mayor ecosistema empresarial orientado a la competitividad fortaleciendo sus cadenas de valor.



JALISCO ESCALA AL SEGUNDO LUGAR EN EXPORTACIONES

Catalogado como el Silicon Valley de México y la capital de los semiconductores de América Latina, Jalisco se consolida en el segundo lugar en exportaciones a nivel nacional, apuntalado por su industria electrónica, que representa el 79 por ciento de su comercio exterior.

Con una cifra de exportaciones de 17 mil 377.5 millones de dólares durante el primer trimestre de 2026, más del doble que en el mismo periodo de 2025, Jalisco ha escalado al segundo peldaño como exportador en México. Así lo confirman datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En este segundo puesto alcanzado, la industria electrónica (una vocación del estado) ha sido medular, pues ella le representa al estado el 79 por ciento de su comercio exterior.

“Nos da orgullo que Jalisco sea el segundo estado con mayor dinamismo en exportaciones de todo el país. Aunque la mayor parte de nuestras exportaciones se concentra en la industria electrónica y sus componentes, sectores como el de bebidas siguen creciendo, con un aumento del 17 por ciento”, señaló Cindy Blanco Ochoa, secretaria de Desarrollo Económico del Estado (SEDECO).





En el trimestre de 2026, Jalisco creció seis veces más que la media nacional, lo que representa un desarrollo anual del 107 por ciento frente al mismo periodo del año anterior. Con este resultado, el estado multiplicó por cuatro el registro de su ejercicio pasado, al superar por más del doble los 8 mil 412 millones de dólares obtenidos en ese entonces.

El sector tecnológico lidera las exportaciones del estado. A través de la fabricación de equipos de cómputo, comunicación, medición y componentes electrónicos, este sector concentró

la mayor participación comercial con un total de 13 mil 727.3 millones de dólares durante el primer trimestre de 2026.

Así, la fabricación de equipo de cómputo representó 79 puntos porcentuales de las exportaciones del estado, posicionándolo como un atractivo hub tecnológico con un potente ecosistema sostenido con talento especializado, diseño de semiconductores y manufactura electrónica avanzada.

Las cifras de exportación jaliscienses cobran notoriedad al observar que de la cifra total de

exportaciones a nivel nacional (que sumaron 158 mil 117.5 millones de dólares durante el primer trimestre del presente año, representando un crecimiento nacional de 17.9 puntos porcentuales en relación al mismo lapso de tiempo del año anterior), Jalisco ha aportado el 11 por ciento de este desarrollo.

Jalisco, reafirma así un significativo liderazgo al ser el primer estado no fronterizo líder en exportaciones y un pilar del comercio nacional.

El presidente de la Expo Guadalajara, José Andrés Orendáin, durante su informe de actividades al frente del recinto ferial, ha subrayado la importante derrama económica de 59 mil millones de pesos que el inmueble ha propiciado durante el año 2025, y que representa un crecimiento del 24 por ciento en relación con el año anterior. Con ello, Expo Guadalajara se consolida como un motor económico para la región.

Durante su primer informe de actividades al frente del recinto, Orendáin de Obeso, reconoció la relevancia de la industria de reuniones como un catalizador de crecimiento económico, propiciando la inversión, la generación de empleo y el posicionamiento de la ciudad de Guadalajara y el Estado de Jalisco. Señaló, además que el éxito de la Expo estriba en la pertinencia del trabajo colaborativo con diversos sectores productivos del Estado, reconociendo que el valor de la institución se encuentra en su capacidad de articular a toda una cadena de valor. “El éxito de Expo Guadalajara no pertenece únicamente a esta institución. Es también de los hoteles, restaurantes, transporte, comercio, turismo, servicios, industria y de las autoridades. Entre todos somos un engranaje increíble”, dijo.

Así la Expo Guadalajara, con sus que durante el año 2025 logro reunir a 17 mil expositores y



JOSÉ ANDRÉS ORENDÁIN RINDE INFORME: EXPO GUADALAJARA GENERA 59 MIL MILLONES DE PESOS EN 2025

Al acto protocolario asistieron el gobernador de Jalisco, Pablo Lemus Navarro, y la alcaldesa de Guadalajara, Verónica Delgadillo García.

atraer a 2.2 millones de visitantes mediante la realización de 491 eventos (77 exposiciones, 29 congresos y 385 encuentros corporativos y sociales), se con-

solida como el centro de exposiciones más importante de México, y además como uno de los más grandes en América Latina en cuanto a metros



cuadrados comercializables.

El presidente del recinto menciona que durante el ejercicio de su presidencia, la Expo Guadalajara ha logrado integrar 11 nuevas exposiciones y captó 11 postulaciones a congresos (nueve de ellos nacionales y dos internacionales), lo que viene a fortalecer su presencia y proyección internacional, generándole marca y valor para atraer eventos de alto impacto que generan además de referencia, derrama económica.

José Andrés Orendáin, también, hizo especial mención en la creación de eventos propios que ha impulsado Expo Guadalajara, como SICON (la Semana Inter-

nacional de Industria de la construcción, co-organizado con IFEMA Madrid, y en colaboración con la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, que reunió el pasado mes de abril a 120 marcas y 5 mil 500 visitantes, además de realizar 36 charlas sobre los retos del sector y lograr consolidar 300 citas de negocios), y México Hospitality Expo powered by HOSTELCO, que durante su segunda edición en el 2027 se realizará con un acuerdo de colaboración con Koelnmesse, uno de los recintos feriales más importantes de Europa.

El presidente del recinto subraya que Expo Guadalajara ha actualizado sus estatutos y formalizado una estrategia de sostenibilidad como eje de sus operaciones, esto como un compromiso medio ambiental. Durante el último periodo, el recinto obtuvo el Distintivo Pro-Integridad y la certificación del Programa de Cumplimiento Ambiental Voluntario, orientando su gestión hacia la transparencia y la responsabilidad institucional.

Siguiendo este compromiso de corresponsabilidad ambiental, en el ámbito energético, la Expo generó 499 kW mediante paneles solares, lo que cubre el 12% de su consumo eléctrico, e integró un sistema de captación de 100.000 litros de agua pluvial.

El recinto ferial, que trabaja en la





obtención de la certificación internacional LEED v5, reportó el reciclaje de 64 toneladas de materiales y evitó la generación de 112 toneladas de contaminantes mediante el uso de alfombras sostenibles, las cuales se reciclan exposición tras exposición.

Igualmente, la actividad social de la Expo Guadalajara, se ha centrado en programas de inversión a través de su fundación y en la operación de la base permanente de la Cruz Roja en las instalaciones, que realizó más de mil atenciones médicas durante el año.

Con la exposición de estos resultados, José Andrés Orendáin ha detallado los avances alcanzados durante su gestión al frente de Expo Guadalajara, invitando a los sectores productivos a dar continuidad a la estrategia de colaboración que define al recinto: “Sigamos construyendo juntos ese espacio donde el diálogo genera oportunidades; donde la colaboración se convierte en crecimiento; y donde la paz se traduce en desarrollo, innovación y prosperidad compartida”.

Al evento asistieron el gobernador de Jalisco, Pablo Lemus Navarro, y la alcaldesa de Guadalajara, Verónica Delgadillo García.



MIRIAM SÁNCHEZ, PRESIDENTA DE AEM OCCIDENTE, INCENTIVA A LAS PYMES A EXPORTAR A EUA

Miriam Sánchez, presidenta de AEM Occidente, incentiva a las pymes a exportar a EUA



Incursionar en el mercado estadounidense no es un ejercicio exclusivo de las grandes firmas, sino que también las PYMES pueden ingresar de manera exitosa y conectar con el consumidor norteamericano, aprovechando estratégicamente su demanda de bienes y servicios, señala la presidenta de la Asociación de Empresarios Mexicanos (AEM), capítulo Occidente, Miriam Sánchez. La titular de la AEM exhorta al sector empresarial a aprovechar la ventana de oportunidad que representa la restricción de Estados Unidos a los productos chinos, permitiendo a la oferta mexicana posicionarse como una alternativa de sustitución, y destaca el segun-

do lugar que ocupa Jalisco a nivel nacional en materia exportadora hacia el país de las barras y las estrellas, donde los productos tecnológicos representan el 79 % de estos envíos, lo que refleja su vocación en innovación del también llamado "Silicon Valley mexicano" por constituir un potente hub en tecnología, y un generador clave de talento altamente especializado.

Contra la errónea creencia popular de que solo las grandes empresas pueden incursionar en el mercado estadounidense ofertando sus productos o servicios, la presidenta de la Asociación de Empresarios Mexicanos, capítulo Occidente, Miriam

Sánchez, refiere que igualmente las PYMES, debidamente asesoradas, pueden hacerlo de manera exitosa. De este modo, pueden ingresar a un mercado atractivo como lo es el norteamericano, que ofrece oportunidades de negocio para empresas de todos los tamaños, desde artesanos hasta sectores tecnológicos y de salud.

La titular de AEM Occidente reconoce que, aunque existe una gran inquietud por exportar hacia la Unión Americana por parte del empresariado mexicano, igualmente hay cierta reserva motivada por el desconocimiento en los procesos y la desinformación en torno al Tratado





neras de invertir allá y les asesoramos, no tienes que tener una oficina física, sobre todo cuando estás explorando, puede ser nada más una razón social en el estado que mejor te favorezca de acuerdo a los beneficios, por eso trabajamos directamente con Gobierno estadounidense, para conocer todos los Estados que manejan, los beneficios fiscales”, comenta Miriam Sánchez, quien destaca “Lo que nosotros mostramos al empresario es como hacer las cosas bien... desde la AEM tratamos que todas las empresas se acerquen y poderlos llevar al mercado americano, no tienes que ser una empresa grande o una empresa con mucho dinero para lograrlo, esa es una pregunta que tenemos comúnmente”. Así

la profesionalización empresarial al encontrarse legalmente constituidos desempeña un papel primordial en la exportación al vecino del norte.

El éxito igualmente depende del aprovechamiento de la ocasión, y en este contexto Miriam Sánchez exhorta al sector empresarial a aprovechar la ventana de oportunidad que representa la restricción de Estados Unidos a los productos

chinos, permitiendo a la oferta mexicana posicionarse como una alternativa de sustitución, “es una puerta abierta a México”, destaca, y abunda “Nuestros productos desde mi punto de vista son mucho mejores, en la calidad que tenemos en muebles, en maderas, el trabajo artesanal que se hace... mismo caso para el tema de la comida, el tema agro es grandísimo, en Estados Unidos hay una demanda de alimentos todo el tiempo, la mayoría conoce obviamente el aguacate y el tequila, pero también está la raicilla, están los derivados del licor de agave, están todos los alimentos que manejamos aquí en Jalisco, entre limón, frambuesa, fresa, la zarzamora y otros que pueden ser la diferencia

para que aquí podamos crecer las empresas pequeñas que apenas están empezando con este desarrollo o que puedan buscar un comercializador en estados unidos que las ayude a su desarrollo comercial si no cuentan con los fondos”, señala la presidenta de AEM.

Adicionalmente en el mercado estadounidense son catalogados como sectores de alto valor el de la salud, haciendo especial énfasis en sus especialidades de odontología, cirugía y estética, además de los productos hechos a mano (el denominado Handmade), además del sector tecnológico.

“En EUA el Handmake es carísimo, hablamos de lo que sea, simplemente un corte de cabello te viene saliendo muy barato 50 dls, un corte sencillo, los servicios de salud, es otra área buenísima que nosotros tenemos en Jalisco, cuanta calidad en servicios de salud, en el área de cirugía estética, en el área también de rehabilitación, todo lo que tenga que ver con el área médica es un área cuatro veces mejor pagada, como ortodoncias, no se ha explotado lo suficiente para poder mostrar todo lo que se hace, creo yo que es algo que podemos explorar muy internacionalmente”, señala Miriam Sánchez.

Jalisco, que ocupa actualmente el segundo lugar en materia de exportaciones a nivel nacional,

entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), el cual ha entrado en una fase de revisiones anuales activada por la administración del presidente Donald Trump. Sin embargo, Miriam Sánchez exhorta a los empresarios de nuestro país a actuar con mesura y optimismo, recordando que la relación comercial entre México y Estados Unidos está profundamente integrada y ha sido históricamente fructífera.



“Que las personas vean que Estados Unidos al final es nuestro hermano. Toda la vida México y Estados Unidos han tenido una relación, es una relación en que nos necesitamos mutuamente todo el tiempo, y en la que he tenido la oportunidad de profundizar con diversas instancias de Gobierno en Estados Unidos... desde el área de Trade (AEM) en Arkansas he tenido la oportunidad de platicar con ellos para promover los negocios de México”, indicó Miriam Sánchez.

La presidenta de AEM Occidente, quien enfatiza que incluso los productores de artículos artesanales, como jabones o shampoos, pueden comercializar sus productos en la Unión Americana, recalca que, para que las PYMES aprovechen las oportunidades de ese mercado, un paso sustancial estriba en cumplir cabalmente con los marcos regulatorios vigentes, como los de la FDA (Food and Drug

Administration, por sus siglas en inglés). Señala, además, que estas normativas varían según el Estado de destino, por lo que destaca la importancia de contar con acompañamiento técnico y asesoría especializada durante el proceso, como lo hace la AEM.

Desde la AEM se establecen dos rutas de incursión en EUA para las pequeñas y medianas empresas. La primera está orientada a compañías que carecen de fondos suficientes y contactos en Estados Unidos, privilegiando la entrada de sus productos a través de una comercializadora debidamente establecida en Norteamérica, lo que permite el desarrollo comercial sin realizar una gran inversión inicial.

La segunda alternativa consiste en establecer la compañía en suelo estadounidense, sugiriendo su constitución legal bajo figuras como una LLC (Limited Liability Company) o un Sole Proprietorship (cuando se trata

de un único inversionista). Esta modalidad, señala Miriam Sánchez, ofrece incentivos tributarios específicos: “una vez que tu abres tu LLC en los estados unidos y bien constituida tu empresa en México, pues tienes tu recuperación del IVA, que también es muy favorecedora... igualmente cuando exportas un producto desde tu LLC a México pues el IVA es cero, o sea siempre hay beneficios fiscales que nosotros recomendamos para las personas que van a abrir su empresa y puedan tener este éxito.”

La especialista igualmente destaca en este esquema de estrategias en cuanto a reducción de costes y riesgos la posibilidad de prescindir, incluso, de una oficina física en EUA, señalando que no es obligatorio contar con ella para explorar el mercado; bastando con tener una razón social en el Estado que más atractivo le resulte a las empresas mexicanas (según los beneficios mostrados). “Hay varias ma-



lo cual es destacable al no ser un Estado fronterizo con los Estados Unidos, encuentra su mayor nivel de competitividad y proyecto estratégico en la alta tecnología, la cual representa el 79 por ciento de sus envíos, así como también la generación de talento altamente especializado en el sector, ante ello, Miriam Sánchez señala la relevancia de continuar impulsando a los profesionistas mediante certificaciones internacionales como AWS, Microsoft, Gemini o Google, con el fin de mantener la vanguardia en la conformación de alianzas de valor con el sector tecnológico estadounidense, aprovechando de igual manera las oportunidades del nearshoring, recordando que en el sector tecnológico norteamericano es indispensable contar con ciertas certificaciones para

participar en licitaciones “El gobierno de Estados Unidos tiene diversas plataformas en donde lanza por estados cuál es su necesidad de un proveedor en específico (ya sea tecnológico, de ciberseguridad, etc.), y es una licitación que se lanza públicamente, entonces lo que nosotros hacemos es conectarlos con estas oportunidades y también ayudarlos a capacitarse, muchas veces para poder llegar a dar este brinco pues es necesario que tengan ciertas certificaciones, no puedes llegar así nada más siendo una empresa tecnológica, sino contar con certificaciones”, reconoce la presidenta de AEM, y sigue “Desde AEM y desde mi parte personal siempre he trabajado en el área de talento, la verdad es algo que me apasiona muchísimo, trabajamos directamente con las universida-

des aquí en el área metropolitana de Guadalajara en donde promovemos mucho el que los estudiantes puedan tener una intención de ver todo lo internacional, no nada más buscar quedarse localmente, sino si hay una oportunidad tomarla, que también puedan prepararse en un segundo idioma, principalmente pues el inglés el idioma más solicitado en los Estados Unidos actualmente” públicas.

Además Miriam reflexiona en que tanto en el futuro como en la actualidad, las oportunidades del mercado tecnológico binacional están trazadas en el dominio de datos, lenguaje Python e inteligencia artificial, por lo que recomienda a los talentos enfocarse en ello, reforzando los aprendizajes con la disciplina del método autodi-

dacta, lo que constituye un gran valor en un mundo altamente cambiante que requiere reforzar constantemente el conocimiento, sobre todo del idioma inglés, con el que pueden incluso tomar un empleo remoto en áreas como customer service.

Es relevante resaltar, en este marco, la necesidad del aprovechamiento de la visa TN, instrumento de ingreso a los Estados Unidos que permite a los profesionales titulados en áreas especializadas que van desde las tecnológicas hasta las de enfermería, contaduría y finanzas (por citar algunas) que trabajen legalmente en aquel país con seguridad social y amparados por una empresa patrocinadora.

Aunque recientemente Miriam Sánchez tomó protesta como presidenta de la Asociación de Empresarios Mexicanos, Capítulo Occidente (27 de mayo de 2026), destaca cómo desea ser recordada tras su gestión al frente de la Asociación, que este año cumple el 30vo aniversario de su fundación: "El legado más importante para mí pudiera ser que las personas brinquen estos pasitos que me tocó a mí pasar, que realmente tengan más facilidad para que sus empresas puedan estar en el lado internacional lo más pronto posible, que no tengan dificultades, ver empresas mexicanas creciendo es la mayor alegría que me da, es mi mayor orgullo, porque eso significa que estamos haciendo

las cosas bien y están valorando en otro país lo que se hace bien en México"

Exportar no es exclusivo de grandes corporativos. Con la regulación en regla y la estrategia adecuada, cualquier PyME mexicana puede conquistar el mercado de los Estados Unidos, refiere Miriam Sánchez, presidenta de AEM Occidente.



LOS ATRIBUTOS DEL LUJO Y SUS EFECTOS EN LA VALUACIÓN EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS DESDE LA IDENTIDAD Y LA TRASCENDENCIA

La ponencia, impartida por el experto
Germán Gómez Crothers

En un entorno donde el mercado global exige diferenciadores cada vez más profundos, el Instituto Mexicano de Ejecutivos en Finanzas (IMEF) en Guadalajara fue sede de la charla magistral titulada “Los atributos del lujo y sus efectos en la valuación empresarial”. La ponencia fue realizada en las instalaciones del Colegio e Instituto de Valuadores de Jalisco, y se profundizó en cómo el lujo, lejos de ser una cuestión meramente estética, también representa un camino hacia la autotranscendencia y el reconocimiento del ser.



“El lujo no busca la moda; el lujo lo que busca es diferenciarse, busca la mayor diferenciación posible.”

German Gómez Crothers

Más allá de la funcionalidad: El halo de la exclusividad. A lo largo de la historia, el lujo ha sido sinónimo de poder, misticismo y diferenciación, pero en la actualidad su significado se ha elevado para vincularse íntimamente con la identidad y la cultura. Según explicó Gómez Crothers, el lujo en los negocios trasciende la oferta funcional de un artículo; se tasa en un valor simbólico que crea un halo de distinción para quien lo ostenta. En este sentido, el lujo no busca seguir la moda, que a menudo implica igualdad, sino que comunica su significado más puro: la exclusividad absoluta.

La jerarquía de las necesidades y la cumbre de Maslow. Para desglosar la psicología del consumo de alta gama, el especialista recurrió a la pirámide de Maslow. Explicó que mientras el ser humano busca inicialmente cubrir necesidades fisiológicas básicas como alimentación y

descanso, el comportamiento evoluciona conforme estas se satisfacen: “Maslow hizo un análisis y dijo: en el ser humano hay distintas necesidades, pero hay distintos niveles de necesidades, se parte en la base por necesidades fisiológicas, alimentación, agua, descanso, casa, esos son necesarios para vivir. En una situación crítica daríamos lo que fuera por esas necesidades básicas e indispensablesentre... Pero cuando tienes cubiertas esas necesidades básicas indispensables, empiezas a buscar más, entre más tienes más quieres más tienes, más quieres”, dijo el experto.

El lujo se ubica precisamente en la cúspide de este desarrollo. Mientras que las marcas del sector masivo atienden necesidades primarias y de seguridad, el sector de alta segmentación se enfoca en las necesidades más espirituales y trascendentes: el reconocimiento, el respeto y la

confianza. En este nivel, la persona busca sentirse valorada y diferente, alcanzando la auto-realización donde el eje central es el reconocimiento de la esencia que le corresponde.

El mercado de los “súper intangibles y la nueva lógica del precio”. Desde la perspectiva de la valuación empresarial, el experto situó al lujo dentro de los denominados “súper intangibles”, compartiendo categoría con las negociaciones de exclusividad y el sector de alta tecnología. En este modelo de negocio, se rompe la lógica tradicional del mercado: no es el precio lo que define al

lujo, sino el lujo lo que define el costo.

Gómez Crothers enfatizó que el precio actúa como una barrera de acceso que genera mayor exclusividad, fundamentada en los intangibles que las compañías construyen alrededor de su propuesta. Al resolver una necesidad con belleza y arte, se establece una diferenciación que abandona lo masivo. Por ello, el valor de un bien de lujo no es estático, sino que depende de los beneficios económicos, espirituales y emocionales que otorga a su público.

"Nos vamos elevando a necesidades más espirituales, más trascendentes, que serían las necesidades de reconocimiento, de respeto, estatus, confianza, aquí la persona comienza asentirse valorada, a sentirse diferente, y luego vienen las necesidades de auto realización, en esas vamos a encontrar que la cima del desarrollo personal es el reconocimiento del ser y la esencia que le

corresponde", dijo Gómez Crothers.

"luego vienen las de valor vital, las que serían la motivación, el logro y la motivación", para dar paso al final con la "trascendencia", comentó el experto.

La gestión estratégica: Consistencia frente a la fragilidad. La incursión en este mercado requiere un pensamiento estratégico riguroso, pues el lujo se rige por la consistencia a largo plazo. "Una marca de lujo que descuida sus atributos se puede destruir en unos meses, o por un meme que se vuelva viral", advirtió el especialista, señalando que la recuperación de dicha reputación puede tomar más de una década. El enfoque debe estar en el uso del tiempo para crear experiencias extraordinarias y diferenciadas, entendiendo que el tiempo es un recurso que no debe derrocharse.

Por lo que Germán Gómez recomienda a los valuadores tener

presente que el valor de un bien depende de los beneficios que este pueda otorgar a su público, los cuales pueden ser desde económicos y espirituales hasta personales o emocionales, y no perder de vista que en el mercado de los bienes o servicios de lujo hay necesidades más orientadas a lo espiritual y a lo emocional.

El lujo como acto de humanización. Finalmente, la ponencia ofreció una visión antropológica del sector. Lejos de las estigmatizaciones, el lujo se presenta como un vehículo de identidad que nos distingue de las máquinas y nos humaniza. Al buscar la mayor diferenciación posible en lugar de la tendencia, el lujo se convierte en un producto de un acto de amor; es la búsqueda de lo mejor y lo más bello para aquellos que amamos, impactando inherentemente en la alineación con el ser.

En el evento estuvieron presentes la presidenta del Instituto Mexicano de Ejecutivos en Finanzas, (IMEF) Capítulo Guadalajara, Mtra. Karen Camarena, así como la presidenta del Consejo Directivo del Colegio e Instituto de Valuadores de Jalisco A.C. (CIVAJAL), Mtra. Gabriela García Curiel.



RECTORA DE LA UDG KARLA PLANTER RINDIÓ SU PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES

Destacó red de Hospitales Civiles, cuya primera piedra ya se ha colocado en CUCOSTA de Puerto Vallarta.

Durante su primer informe de actividades, la Rectora General de la Universidad de Guadalajara destacó la creación de una nueva red de hospitales civiles en los diversos planteles regionales. A estas unidades se incorporarán, en los próximos tres años, programas académicos del área de la salud con el fin de consolidar un modelo de hospitales-escuela.

Como parte del proyecto, recientemente se colocó la primera piedra del hospital civil en el CUCOSTA, en Puerto Vallarta, y que beneficiará a más de 300 mil personas, de nueve municipios de la región Costa Sierra Occidental de la entidad; el segundo se edificará en el sur del Estado. Esta expansión busca no solo brindar acceso a servicios de salud a poblaciones vulnerables, sino también fortalecer la formación de especialistas médicos en la región.



Fue en el emblemático Paraninfo de la Universidad de Guadalajara el recinto en donde la rectora de la UDG, Karla Alejandra Planter Pérez, rindió su primer informe de actividades. En la apertura del acto, destacó los aprendizajes obtenidos en su primer año de gestión, y reconoció los complejos escenarios de la educación superior, subrayando que la incertidumbre y los obstáculos “lejos de ser una dificultad

son un acicate para cumplir nuestra misión”.

Así, la rectora, subrayó la creación de una nueva red de hospitales civiles que se edificarán y operarán en los diversos centros universitarios y que democratizarán el acceso a la salud en las comunidades, además de formar profesionistas médicos, poniendo así el bienestar social como un eje central de la casa de estudios.

“Este proyecto tiene como propósito construir en toda la red universitaria hospitales-escuela, el mejor modelo de formación y atención a la salud, pues se desarrolla: docencia investigación y el servicio respectivo” comentó la rectora y enfatizó que se trata de un proyecto de largo alcance, que busca abrir más campos clínicos, formar más profesionales de la salud e

incidir para que la distancia, o la falta de recursos no sean un motivo para prescindir de una atención médica de calidad.

Karla Planter destacó la política institucional que impulsa en la vida universitaria, señalando los programas en pro de la salud mental y combate a la violencia que está implementando la UDG, apoyos a maternidades y paternidades (lo cual marca un importante hito en los derechos de empleabilidad en México que amplía 21 días el permiso de maternidad y extiende de cinco a 30 días el permiso para padres, promoviendo la corresponsabilidad), además de la certeza laboral hacia sus docentes. De la misma manera señaló la relevancia.

de la vanguardia universitaria ad hoc a los acelerados cambios marcados por el desarrollo tecnológico y la Inteligencia Artificial en la desafiante realidad global que vivimos.

La rectora señaló que durante su gestión igualmente se ha incorporado, en materia de salud mental, el denominado chatbot “Leo”, una herramienta de apoyo emocional hacia la comunidad universitaria, así como el programa “Suéltalo”, dinámica en la que una unidad móvil recorre los centros universitarios ofreciendo atención mental; próximamente se sumarán dos unidades más a causa de su buena aceptación y resultados.



Durante este primer año del rectorado de Karla Planter, se puso en operación un programa de apoyo hacia el profesorado para su ingreso y además promoción al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII). “Es un programa muy novedoso porque ofrecerá a nuestros profesores asesoría, talleres de redacción de artículos científicos, recursos para la publicación y traducción de artículos y libros e insumos para la investigación en Inteligencia Artificial aplicada a la investigación”, expuso la rectora, quien igualmente resaltó la creación de un fondo de apoyo para la vocación temprana, “cuyo objetivo es impulsar las vocaciones a la investigación científica y humanística entre nuestros jóvenes estudiantes y también entre nuestros recién egresados”, expuso, e igualmente resaltó la agilización de los trámites administrativos al interior de la UDG hacia su personal académico y estudiantado.

Ante integrantes de la comunidad universitaria y autoridades de Gobierno del Estado, Karla

Planter, refirió que “Hablar de bienestar en la universidad no es incorporar un tema accesorio; es asumir una posición ética. El bienestar es el suelo mínimo desde el cual es posible pensar, aprender y trabajar”, haciendo énfasis en que para fortalecer a la sociedad y hacerla más próspera es necesario que sus instituciones funcionen adecuadamente y recuperen así su sentido de comunidad.

Por su parte el gobernador del Estado de Jalisco, Pablo Lemus Navarro, mencionó que Jalisco constituirá el primer Estado de la República Mexicana en tener una red de hospitales-escuelas, con un modelo educativo enfocado a que estudiantes de diversas áreas de la salud realicen sus prácticas, internado y especialidades en sus regiones de origen.

El mandatario refirió que el coste de la construcción del Hospital Civil de Puerto Vallarta, que se situará al interior de CUCOSTA contará con una inversión compartida entre la UDG y el Gobierno del Estado.

ALCALDE DE LA HUERTA EN CUCEA PROYECTA AL MUNICIPIO HACIA EL FUTURO

Ante un auditorio de jóvenes académicos del CUCEA de la Universidad de Guadalajara, el alcalde de La Huerta, DR Luis Arias, manifestó que el 33 por ciento del litoral de Jalisco se encuentra precisamente en su municipio, lo que define a su gestión como una importante responsabilidad en materia del cuidado de la naturaleza.

En este marco, expuso la riqueza turística de la región, destacando la belleza de Punta Pérula, destino de arenas blancas y aguas cristalinas, y frente al cual se ubica Isla Cocinas, santuario natural donde habita el reconocido pájaro bobo de patas azules. Asimismo, el edil destacó al municipio como un motor alimentario clave para el Estado, líder en la producción de carne de cerdo y huevo, así como mango, coco, melón y sandía.



Lo anterior, durante un conversatorio organizado por las áreas de Turismo y el Centro de Innovación de Ciudades Inteligentes del CUCEA, en conjunto con Futuralia, iniciativa que vincula a líderes con ecosistemas de jóvenes.

El alcalde subrayó la necesidad de que en la Costa Alegre impere un turismo en armonía con la naturaleza, que vincule al visitante con el ecosistema a través del respeto. Como ejemplo, citó el caso de Isla Cocinas: aunque es área protegida desde 2002, el cumplimiento estricto de su normativa se consolidó apenas hace cuatro años. Fue entonces cuando la coordinación entre gobierno y sociedad civil permitió implementar un modelo de servicios que regula la actividad recreativa en favor del entorno.

Durante un conversatorio en el CUCEA de la UdeG, el alcalde de La Huerta, Dr Luis Arias, recordó que su municipio resguarda el 33 % del litoral de Jalisco, consolidándose como un motor estratégico tanto en turismo como en producción alimentaria.



Esta transición ha sido respaldada por la cooperativa local, pues el nuevo esquema limita la estancia de los turistas a solo dos horas en la emblemática Isla y prohíbe el ingreso de alimentos, más allá de agua. Estas medidas no solo protegen la viabilidad de las especies, sino que han dinamizado la movilidad turística y el consumo de servicios en el resto de la región.

El Dr Luis Arias destacó, a su vez, que el sector hotelero en La Huerta debe apegarse a una reglamentación específica de sustentabilidad, donde su arquitectura, no invasiva, y materiales se integren con la región y respeten la naturaleza. Exaltó el malecón, un espacio diseñado y edificado para no alterar el paisaje, sino para admirarlo; cabe resaltar que dicha obra fue reconocida con mención honorífica por parte de la Federación de Colegios de Arquitectos de la República Mexicana, durante la VII Bienal de Arquitectura Mexicana en el año 2022, dentro de la categoría de Espacios Públicos en Arquitectura de Paisaje, Parques y Plazas.

El titular la alcaldía, reconoció que pese al mote que se le ha dado en el sector turístico a Punta Pérula, como “el cancunito de Jalisco”, su vocación va diametralmente opuesta a ello, recalcando que no se apuesta por el turismo comercial, sino por uno alineado a normativas de preservación medio ambien-

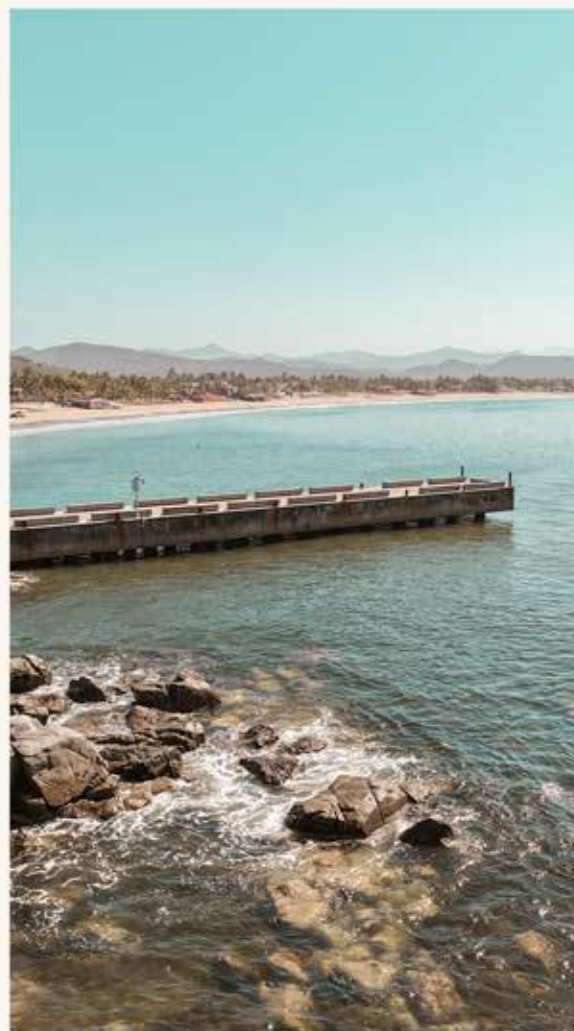
tal, que igualmente es ampliamente valorado por un cada vez más amplio sector turístico que busca estar más en contacto con la naturaleza.

En el conversatorio, el alcalde señaló que La Huerta, no solo debe ser encasillada como un destino de sol y playa, sino también de tradición y cultura con un pasado prehispánico destacable. Mencionó como un sitio emblemático el cerro de Altite, cercano al municipio de Barra de Navidad. Además subrayó la experiencia sensorial y cultural denominada ruta de la sal, que da cuenta del origen y el proceso de la sal de mar en la región.

El alcalde de La Huerta exhortó a los jóvenes universitarios a visitar y maravillarse con la belleza natural del municipio, una zona que atraviesa un crecimiento turístico importante apegado al respeto medioambiental. Luis Arias subrayó, por tanto, la necesidad de sumar talento emergente con ideas innovadoras que impulsen esta región llena de potencial; asimismo, reconoció la extraordinaria contribución de la Universidad de Guadalajara a la sociedad en la formación de destacados profesionistas.

El evento, que contó con la presencia de autoridades académicas, como la Dra. Paula Lourdes

Guerrero Rodríguez, jefa del departamento de Turismo, Recreación y Servicio del CUCEA, y la Dra. Rocío Maciel Arellano, Directora del Centro de



Innovación en Ciudades Inteligentes, destacó a La Huerta no solo como un destino de sol y playa, sino como una región que amalgama tradición, cultura y una pujante dinámica empresarial. El conversatorio, que analizó este equilibrio entre riqueza natural y potencial económico, fue moderado por el periodista Alejandro Trujillo, fundador de Futuralia.

INTERMODA CON JAIME BARBA



Para Intermoda existe un deseo y compromiso por impulsar el talento nacional, y por supuesto a la pequeña y mediana empresa, además de internacionalizarse aún más, y llevar el producto nacional hacia otras latitudes.



Intermoda, consolidada como la feria del vestir más importante de México y Latinoamérica, atraviesa un momento de éxito sin precedentes bajo la nueva presidencia de Jaime Barba. La pasada edición, número 85, no solo marcó el inicio de su gestión, estableció cifras récord en sus indicadores, al convocar a más de 30 mil compradores que

generaron cierres de negocios por encima de los 500 millones de pesos durante los cuatro días del evento, reflejando así una inercia positiva que viene desde consejos anteriores, como lo reconoce Jaime Barba, “me dejaron un evento muy bien encarrilado”.

Jaime Barba comenta que el éxito de la edición número 85 de

Intermoda se ha visto reflejado en los pasillos, el presidente destacó el compromiso de la feria por impulsar a los diseñadores mexicanos, e impulsarles desde sus inicios, cuando apenas están creando sus colecciones y apunta: "es uno de los objetivos regidores de mi gestión, mi banderita que voy a traer todos los días: ese apoyo al diseño mexicano". Para ello, la feria cuenta con el Semillero Impulsa, un espacio que ofrece descuentos

estar en una feria de este tipo para que en el momento que ellos se consoliden bajen a competir con el resto".

Un punto clave de esta visión de gestión de Jaime Barba es la internacionalización, con un enfoque especial en expandir el producto mexicano hacia Europa. Sin embargo, Barba plantea una estrategia bidireccional: atraer cada vez más empresas extranjeras a Intermoda para generar una "competencia sana". El propósito es que el empresario local se "curta en batalla", mejore sus métodos de trabajo y agregue valor diferenciado a sus productos para aprovechar el auge actual de la marca "México" en el mundo.

mejorar sus maneras de trabajar, porque de lo contrario si tienes una economía donde no hay competencia esa economía se va a caer".

A pesar de la alta demanda internacional por el diseño mexicano, percibido globalmente como prendas de "buen gusto", el crecimiento se ve limitado porque muchos empresarios locales aún no saben cómo exportar. Ante este reto, Intermoda se posiciona como un centro de aprendizaje creando espacios, a través de su evolución, como Mindset e IM Talks, donde referentes de la industria imparten charlas magistrales sobre cómo ser empresario, montar tiendas y concretar exportaciones.

"Están todas las charlas que están enfocadas a eso (crearles oportunidades de éxito a los empresarios y diseñadores) ayudarlos a cómo montar bien tus tiendas, a cómo exportar y ser empresario... que el mexicano empiece a agregar valor y diferenciación a su producto y que aproveche el auge que tiene ahora-

ta la palabra México en el mundo", comenta el presidente de Intermoda.

Finalmente, la feria optimiza las oportunidades comerciales mediante su espacio Trending, diseñado estratégicamente para generar un flujo de clientes altamente perfilados. La organización se involucra directamente para empatar las necesidades de los compradores con la oferta de las pequeñas empresas, buscando asegurar que el encuentro en la feria se traduzca en éxito comercial tangible.

"Tenemos un involucramiento de tal modo que si tú me das tus necesidades, yo las empato con las necesidades de los compradores, y estamos buscando involucrarnos lo más posible para que busquemos el éxito de estas pequeñas empresas". Añade Jaime Barba, quien invita al sector de la industria de la moda a estar a la vanguardia y seguir poniendo el nombre de México en alto, siendo la plataforma de Intermoda el espacio ideal para hacerlo.



en stands para que los diseñadores emergentes se atrevan a participar en una plataforma de este nivel y, eventualmente, puedan competir con el resto de la industria.

"Tenemos el semillero impulsa, que es donde mediante una serie de descuentos mejorarles para que no les impacte y puedan atreverse a

"Nosotros lo que tratamos de hacer con internacionalizar el evento es traer empresas de otros países que sumen valor al evento y que creen una competencia sana para que las empresas mexicanas empiecen a medir fuerzas... una competencia sana en donde el mexicano se curta en batalla, se exija y se rete y empiece a depurar y

EDICIÓN NÚMERO 85 DE INTERMODA CIERRA CON CIFRAS RÉCORD

Intermoda, la mayor feria de la industria del vestir en México y Latinoamérica, cerró su edición número 85 estableciendo cifras récord en sus indicadores, al convocar a más de 30 mil compradores que generaron cierres de negocios por encima de los 500 millones de pesos durante los cuatro días del evento (del 21 al 24 de julio).





La edición número 85 de Intermoda marcó un hito en su numeralia. El evento, que contó a su vez con el arranque de una nueva gestión con Jaime Barba como presidente en sucesión de Jorge Castellanos, atrajo a más de 30 mil compradores de todos los estados de México y de 18 naciones, quienes pudieron hacer negocios con 600 expositores de México y 14 países, instalados en más de mil 600 stands.

Así, Intermoda se consolida globalmente como un epicentro de la industria, el talento, la innovación y la sustentabilidad, pero también del aprendizaje, pues cuenta con importantes espacios (IM Talks y

Mind Set) donde referentes del sector imparten conferencias, generando un nodo de conexión entre profesionales consolidados y talentos emergentes.

Adicionalmente a las referidas plataformas de conocimiento como IM Talks y Mind Set, además de Fashion Space, y a la oferta comercial distribuida en 12 pabellones (Dama, Caballero, Infantil, Gala, Accesorios, Proveeduría, Calzado, Denim, Trending, Chou Room, Internacional e Impulsa),



distribuidos en 40 mil metros cuadrados de la Expo, en esta edición se integró como parte de las novedades “IM Experiences”, espacio que expandió la exposición y oportunidades de las firmas que integran el pabellón Trending, en el que se impulsó a nuevos talentos del diseño y marcas emergentes subsidiándoles hasta el 50% del costo del stand. También esta edición sumó el área de la Beauty Zone, un espacio que viene a complementar la experiencia de la feria y que responde a la demanda del mercado.

Sobre esta base de éxito, Jaime Barba, presidente de Intermoda, ha subrayado que un eje troncal de su administración es profundizar la internacionalización de la feria. Esta visión plantea una estrategia bidireccional: atraer empresas extranjeras de un perfil elevado que propicien una “competencia sana” para incentivar la innovación y profesionalización de los empresarios locales, al tiempo que se busca posicionar la industria y el diseño nacional en mercados internacionales, con especial énfasis en Europa y enfatizó áreas de oportunidad a perfeccionar en el sector nacional. “muchas veces la barrera es que no sabemos exportar, o que no tenemos los suficientes volúmenes de cantidad, entonces necesitamos juntar muchos elementos y unificarnos, hacer frente común





gobierno, iniciativa privada y las mismas organizaciones para hacer un modelo perfecto para que se cree este tipo de propuesta de valor”.

Asimismo, la derrama económica no se limita a los tratos de negocios dentro de la feria (generando alrededor de 4 mil millones de pesos durante las jornadas de exposición), sino que impacta de manera directa con una derrama económica de 500 millones de pesos a sectores como hotelería, transporte, gastronomía, logística y servicios en general, pues el presidente de Intermoda expone: “el evento per se, la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, ha dicho que genera alrededor de 500 millones de pesos, estos cuatro días... pero el negocio que se crea dentro de esta feria, estamos hablando de arriba de 4 mil millones de pesos en la compra venta”

Así Intermoda trabaja ya en el diseño del que será su siguiente evento en el año próximo, que se llevará a cabo del 19 al 22 de enero de 2027, Intermoda reafirmando su liderazgo como la principal plataforma de negocios e innovación de la moda en Latinoamérica.

CON PASARELA RETROSPECTIVA LA FIRMA GABRIELA SÁNCHEZ CELEBRÓ SU 25 ANIVERSARIO

La pasarela en la que dio cuenta de su legado creativo, exponiendo 60 piezas de joyería diseñadas a lo largo de su trayectoria.



La reconocida firma de joyería Gabriela Sánchez, homónima de su creadora, celebró su aniversario número 25 en Guadalajara con una pasarela retrospectiva, con un casting diverso, en la que dio cuenta de su legado creativo. La marca expuso en el desfile 60 piezas de joyería maximalista, creaciones que fueron portadas por personalidades que han impulsado el sector de la moda en la región, como: Sally Rangel, Lorenza Luquín, Oscar Lupercio, Jorge Lupercio y Sandro, quienes portaron un vestuario creado por el diseñador venezolano Luis Enrique Bolívar, quien igualmente se encargó de vestir la atmósfera con el diseño sonoro.

El evento fue un recorrido histórico de la marca, en el que se entrelazaron su pasado y su presente a través del archivo de sus piezas, realizadas con plata mexicana y resguardadas a lo largo de 25 años. Estas han formado parte de colecciones como Agaves Plata, Calacas, Corazones y Rebozos. Además, se exhibieron piezas creadas con técnicas de vidrio estirado, entre

otras.

La propuesta en pasarela fusionó el concepto de vestuario con las piezas de joyería que la firma ha creado a lo largo de su historia y que se han presentado en reconocidos eventos y recintos tanto nacionales como internacionales, mencionó la diseñadora Gabriela Sánchez durante el evento: “finalmente se hizo una amalgama entre el look de la ropa y la joya para que todo luciera espectacularmente, son las joyas que hemos creado en estos 25 años y que se han presentado en pasarelas, en desfiles, en galerías y en museos”,



comentó la diseñadora.

Gabriela Sánchez, quien hasta hace unos días estuvo en el Paris Fashion Week participando con su colección cápsula en la Galerie Bourbon, uno de los espacios más relevantes a nivel global en el mundo de la moda, rememoró que la primera joya que diseñó fue en el año 2000, siendo la pieza una libélula; así, la creación ha significado el inicio de una exitosa trayectoria.

Por su parte, la directora creativa de la firma, Artemisa Ramírez, encargada del casting de la pasarela, en el que participaron diversidad de personas, comentó: “justo creamos un casting súper diverso, con modelos con las que hemos trabajado actualmente y antes. Trajimos modelos de varias partes de México



y con trayectoria... fue un honor tenerlos en este desfile”.

La gama de tonalidades blanco, negro y rojo marcaron la pasarela e hicieron destacar las creaciones en joyería, mencionó Artemisa: “el blanco y negro son la base para que cualquier joya destaque, pero quisimos meter esos acentos en rojo porque es muy Gabriela Sánchez, es muy corazón, y al final los looks morados”..

A la exclusiva noche de pasarela, que comenzó con un emotivo video que daba cuenta de los inicios de la marca y de la carrera creativa de Gabriela Sánchez y Artemisa Ramírez (madre e hija), acudió un público de 600 personas que ovacionó su trayectoria. Respecto al emotivo video, la diseñadora refirió como uno de los aspectos más entrañables: “la presencia de mi padre, que todavía vive; quisimos rendirle un homenaje a él en vida y que apareciera su voz y apareciera su trayectoria”.

Por su parte, Artemisa Ramírez



refirió que la conmemoración de los 25 años de la firma Gabriela Sánchez significa honrar un camino construido con su madre, recordando que desde sus 10 años creció observando la materialización cada vez más exitosa de un sueño, “logrado a base de disciplina y amor”, comentó.

PARA DESTACAR:

- Gabriela Sánchez tiene presencia comercial en países como Estados Unidos, Japón, Canadá, Italia, España, Argentina, Guatemala, Colombia, Australia y Francia, exportando el 18% de su producción a mercados internacionales.
- La firma genera casi 100 empleos directos e indirectos.
- Durante 25 años, ha realizado 60 colecciones de las cuales las más vendidas son Agave Plata y Calacas GS.
- Participación en 185 exposiciones nacionales e internacionales.
- La marca tiene registro de 35 mil clientes durante su trayectoria.

Algunos de los puntos de venta más representativos en México son:

- Museo Frida Kahlo
- Mundo Cuervo
- Museo de Arte Popular
- Palacio de Bellas Artes
- Xcaret
- Hoteles de lujo como Four Seasons.



LAS “EMOCIONES EN PLATA” DE GABRIELA SÁNCHEZ

Bajo el lema “Emociones en Plata” la diseñadora Gabriela Sánchez ha logrado trascender y llevar la tradición mexicana a la joyería con exclusivos diseños que le han proyectado en escenarios internacionales, donde ha ganado una amplia admiración, siendo ya un referente de la moda y un orgullo para Jalisco..

Gabriela Sánchez, a través de sus colecciones inspiradas en la identidad cultural mexicana y su misticismo, crea piezas únicas de lujo con un estilo propio, fusionando el diseño contemporáneo con tradiciones profundas. Resultan icónicas en este contexto las calacas, piñatas, y los corazones con destellos y cristales Swarovski, que se han convertido en uno de sus sellos más representativos, y valorados en la escena global.

Así, Gabriela no solo crea piezas únicas, sino un lenguaje propio: «antes no existían joyas con piñatas, hoy sí; con los corazones como resplandores, había otro tipo de corazones, ahora estos los hizo la firma Gabriela Sánchez, la colección de las calacas, que son calacas felices que transmiten alegría, recuerdos, un vínculo con presentes y con los ausentes», menciona la artista. Y es ese enfoque el que convierte a la joya en algo más profundo, quizá una especie de amuleto emocional, en un vínculo de raíces profundas.

Ese sello particular de la autora, donde convergen la elegancia y la tradición en una fusión superlativa donde la joya es la protagonista del atavío, trascendió recientemente en una vanguardista colaboración con la alta costura española de Juana Martín en la Embajada de España en

México, donde queda de manifiesto la capacidad de Gabriela Sánchez, para posicionar su visión en exclusivos escenarios, pasarela que a su vez fue, y es testimonio de como el diseño de autor puede unir naciones a través de la estética.

La autora destaca la experiencia: “Estuvimos con la diseñadora española, Juana Martín, en la embajada de España en la ciudad de México y también fue un evento muy bonito como esta sinergia de México con España y se ve tan bien, tan fino como las dos culturas pueden hablar a través de la indumentaria, de los vestidos de Juana Martín y las joyas de Gabriela Sánchez”.

Fiel a su estilo, en fechas recientes, en el marco mundialista, la firma Gabriela Sánchez, logró una audaz incursión en el escenario deportivo internacional, llevando la pasión del fútbol y la identidad mexicana a su colección con la creación de una serie piezas, poniendo un acento de moda y sofisticación al balón pie.

«La colección del mundial exaltó la pasión, la euforia del mexicano, que es única. Transmitirla a través de la campaña y con las joyas; por ejemplo, presentamos un balón que en cada uno de sus hexágonos tenía un agave, entonces fue algo



muy bonito, tuvo mucho éxito esa pieza, joyas también con la bandera mexicana, verde, blanco y rojo, con aretes de corazones, con corazón resplandor y con Swarovski verde, blanco y rojo, con las pulseras, con todo lo que puede significar de México al mundo».

La diseñadora destacó que el pasado mundial fue, igualmente, además de una fiesta, una vitrina de declaración de estilo sin precedentes donde se pudo ver a las audiencias “muy bien ataviadas”, con personalidad única en sus looks.

“No sé si lo pudieron observar, pero fue un mundial donde la moda fue importante. En este especialmente las personas se iban muy arregladas a ver el partido, como muy bien ataviadas, muy bien maquilladas, poniendo la personalidad en su look, y eso fue diferente este año, con botas y sombreros y cinturones.”

La estética en conjunto con una gestión empresarial estratégica, han determinado la exitosa proyección y resultados empresariales de la firma Gabriela Sánchez durante sus 25 años de trayectoria, en los que la constancia y el equilibrio financiero han sido su base, convirtiéndole a su vez en un referente de gestión para emprendedores.

«Ir al ritmo de uno, no endeudarse: eso para mí han sido estos 25 años de trayectoria de la marca Gabriela Sánchez. Algo importante siempre en los negocios es que se paga a proveedores, pero también hay ventas; debes cuidar ese equilibrio de la venta y el pago a los proveedores. También algo fundamental es ser constante, no estar picando aquí y allá. Es como si tienes un sueño: apostar a tu sueño, prepararte para ese sueño y ser cauteloso, ser cuidadoso, para que tu negocio pueda ir creciendo. Reinvertir y ser paciente... la paciencia, la constancia y la preparación también son fundamentales», ha expresado la exitosa diseñadora de joyas en plata.

Gabriela Sánchez reconoce el legado en joyería



que impera en su familia al ser parte de una historia compartida que ya alcanza la cuarta generación con su hija como parte de la firma: «Estoy muy orgullosa de pertenecer a un linaje joyero. Tanto mi abuelo como mi padre, yo en la tercera generación, y ver a mi hija ser parte también de este proyecto de continuar hablando a través de las joyas, transmitiendo a México y al mundo lo fino de nuestra tierra».

El futuro de la marca Gabriela Sánchez se vislumbra brillante, como sus diseños, el relevo generacional asegura la continuidad de una visión que posiciona la tradición de México traducida y materializada en joyería en plata ante el mundo.

El calendario de la firma anticipa el cierre de año, con la reinterpretación de su colección de “calacas”, y el lanzamiento de “tesoros del Mar”, piezas que tendrán su espacio en la Feria Internacional del Libro en Guadalajara (la más grande de habla hispana a nivel mundial). Así Gabriela Sánchez se posiciona como un referente indispensable de la cultura, el diseño y la gestión empresarial en México.

Delinear mundos que se traslapan y cohabitan dialogando entre los intersticios del tiempo, mundos que son en sí ventanas, puertas y pasadizos hacia otros mundos. El arte de Karla de Lara habita más allá de las palabras, porque no le bastan, se agotan en la expansión de su universo creativo que rompe paradigmas y crea entonces su lenguaje propio, lenguaje atemporal alimentado por emociones, memorias y añoranzas extendidas entre “Ensueños y Delirios”, donde bien pueden emerger laberintos y estéticos trampantojos.



ENTRE ENSUEÑOS Y DELIRIOS: KARLA DE LARA INAUGURÓ GALERIA



Karla de Lara, reconocida y revolucionaria artista mexicana a nivel internacional, inauguró en Galería Adentro, espacio cultural que representa un proyecto colaborativo entre los prestigiosos restaurantes Octo y Bruna, situados en la Colonia Lafayette de Guadalajara, su colección de obras "Ensueños y Delirios".

Las obras de arte pop hiperrealista son una invitación a cruzar esa puerta hacia nuestro interior, donde habita esa

madeja de recuerdos, emociones y añoranzas que espera ser desentretrejida. "Hay muchas obras de colecciones mías porque este espacio tiene muchos recovecos y se presta para presentar diferentes colecciones, todas tienen en común que son parte como del lenguaje de mi trabajo que tiene que ver con mundos distópicos, tiempos universales, no tiene un solo tiempo mi obra", destaca Karla de Lara.

Recorriendo la galería, paso a

paso adentrándose hacia la salida en sus espacios habitados por las obras de Karla de Lara, pareciera detenerse el minutero; ese tictac se vuelve nada contemplando esos cuadros con tanta vida que, bien, uno juraría en algún momento que pudieran ser ventanas, y que, a razón del espectador, narran, en su propio lenguaje, infinitas historias de las que podemos llevarnos sus ecos. "Siento que se entrecruzan muchos mundos paralelos, y puedes en una misma obra encontrar tiempos



en el pasado, en el presente, en el futuro, en el imaginario... puedes encontrar cosas que no conoces como reales, o que fueron, o que serán, pero lo importante es que en este mundo mío, de Karla de Lara, todas convergen y en todas las colecciones hay esta misma constante, aunque sean distintas y son muy distintas porque yo no puedo hacer una sola línea de trabajo porque me aburro, yo encuentro una manera de expresarme en diferentes estilos, diferentes formatos y constantemente estoy cambiando, evolucionando", señala la artista.

El tiempo ya no solo se ha detenido en los pasillos de Galería Adentro, sino que se ha entremezclado; hoy bien puede ser ayer, o hace 50 años, o quizá mañana. Emerge esa otra sensación al observar más a detalle las obras, que incorporan eclécticamente en ese mismo lienzo lugares, personajes y épocas, que también tocan la nostalgia, alargándose hasta la infancia.

"Puedes encontrar personajes de caricaturas, personajes de obras de otros artistas, colecciones de arte que tienen que ver con representar el trabajo, la vida, el alma de otros artistas, o colecciones que te transportan a lugares por los que he transitado, en los que he vivido, en los que he tenido momen-

tos felices, y dentro de cada uno de ellos encuentras puertas y ventanas que te llevan a otro momento y a cada persona lo van llevando a un momento personal en el que conectan con su propia historia, y eso es lo que me parece interesante, que cada persona encuentre en mis obras una conexión con su propia vida que los lleve a pensar o a dialogar con su interior", comenta Karla de Lara.

La reconocida pintora menciona que, mientras en sus obras en blanco y negro utiliza como técnica una combinación de acrílico y high gloss, para sus piezas a color recurre a una técnica de su propia autoría y que ya ha patentado: la "Técnica de Lara", a base de cera y tinta: «Me gusta mucho porque consigo efectos similares a los de la acuarela», comparte. Respecto a esas obras en blanco y negro, De Lara detalla: "El estilo con el que pinto es lo que han denominado los críticos como hiper pop, o arte pop hiperrealista y tiene la característica de que a la distancia se ve realista, pero al acercarte te das cuenta de la forma en que pinto que son muchas manchas de diferentes tonos de gris que no se mezclan entre sí... son piezas que requieren más distancia para poderlas ver en su totalidad".



En la agenda de Karla de Lara se encuentra, durante este año, presentar una exposición en Denver, Estados Unidos, "por primera vez una exposición conceptual en donde homenajeo a mis ancestros... En este año tengo programadas ocho exposiciones en diferentes partes del mundo, también tengo una exposición actualmente en Pekín, y estoy viendo hacia Asia varios proyectos, las miras van hacia otros lugares del mundo que no he pisado", enfatiza, señalando que sigue exponien-

do en espacios de la Unión Americana y Europa, donde ya conocen su trabajo y los mundos que de ahí emanan. "Para mí es un placer pintar... es parte de lo que yo necesito para respirar, para transmitir lo que siento".

La artista envía un mensaje claro a los jóvenes: "Primero hagan lo que aman, que si lo aman, lo van a hacer con pasión; segundo, que no se desanimen con los tropiezos, porque de los tropiezos es de donde se aprende, y que nada en la vida que vale la

pena se hace fácilmente, se hace con mucho trabajo, con mucha disciplina, con constancia y creyendo en uno mismo. Si tú crees en lo que haces y lo valoras, el mundo va a comenzar a valorarlo en algún momento; entonces lo que tienes que tener es constancia, paciencia y dedicación"

La inauguración de la exposición "Ensueños y Delirios" contó con un menú diseñado por el chef de Bruna, Óscar Garza, quien trasladó el lenguaje de los acertijos, intersticios y trampantojos del arte de Karla de Lara al sentido del gusto, equiparándolo también con la obra de Alicia en el país de las maravillas: "Es un mundo que cuando tú entras, lo que tú crees que es, no lo es; a lo que crees que sabe, no es", engañando así el paladar para sumar a la experiencia sensorial de Galería Adentro "Entre Ensueños y Delirios"..



NUESTRA MANERA DE HABITAR EL MUNDO: TEC DE MONTERREY CELEBRÓ 80 AÑOS DE ARQUITECTURA



En el marco de la Cátedra Luis Barragán, que viene a constituir un espacio de reflexión arquitectónica del Tec de Monterrey, que este año celebra ocho décadas de la carrera, el internacionalmente reconocido arquitecto Sebastián Irarrázaval, dictó la conferencia magistral 'La gravedad de las cosas'. Ante las nuevas generaciones de profesionales, el profesionista chileno invitó a las nuevas generaciones de arquitectos a repensar como habitamos el mundo.

“La arquitectura debe ejercitar la cortesía...poner al centro del proyecto la idea de cortesía y una calidad humana importante que nos permite reconocer e interpretar las necesidades del otro...Eso significa que tiene hacerse cargo del otro, incorporar a ese otro. Y ese otro es la persona que habita ese edificio y el lugar al que este edificio pertenece”.

Sebastián Irarrázaval.

La sensibilidad de cuidar al planeta cobra cada vez más fuerza”, señaló el arquitecto chileno Sebastián Irarrázaval durante la Cátedra Luis Barragán, celebrada ante académicos en el Foro LARVA. El encuentro formó parte de las celebraciones por las ocho décadas de la carrera de Arquitectura del Tec de Monterrey, campus Guadalajara.

En su ponencia titulada “La gravedad de las cosas” el catedrático, quien reconoció su admiración profunda por el ingeniero y arquitecto Luis Barragán y sus edificaciones con excedentes que les hacen más confortables en su contemplación y habitabilidad, expresó que la arquitectura debe poner justo al centro la cualidad de la cortesía, pensando así en la necesidad humana.

Resaltó la sensibilidad de cuidar el planeta, que hoy cobra más fuerza, e invitó a las nuevas generaciones de profesionales en la arquitectura a no violentar la naturaleza, sino que las construcciones sean una continuidad de la misma y que vengan a intensificar una experiencia poética de la vida, conformando las construcciones integradas al medio ambiente contextos de encuentros. Durante su ponencia, Sebastián Irarrázaval, refirió en base a la obra de Luis Barragán: “un arquitecto

que entendió algo que la modernidad tiende a olvidar, que las cosas del mundo no son menos instrumentos, sino que tienen la capacidad de reunir un mundo. La arquitectura en ese sentido no construye solamente edificios, construye formas de estar en el mundo, no solo refugios de la intemperie, sino que burbujas donde nuestra experiencia es intensificada”

El catedrático, graduado de la Pontificia Universidad Católica de Chile, abordó, como una anécdota, el reto y aprendizaje que le supuso el diseño y construcción de su propia casa de descanso, en la playa de Pichilemu, cercana a la ciudad de Santiago, en su natal Chile en la que implementó, como un elemento más, el paisaje.

La cátedra contó con la presencia de Emmanuel González, Decano de la Escuela de Arquitectura, Arte y Diseño; Alessandra Sireddu, Directora Nacional del Programa de Arquitectura, y Alfredo Hidalgo, Decano Asociado de Investigación, Posgrados y Educación Continua



LA POESÍA VISUAL DE NOLAN NAVEGA A TRAVÉS DE LA ODISEA DE HOMERO EN CINEFORO DE LA UDG

La cinta es la primera en la historia en ser realizada en formato IMAX en su totalidad, lo que constituye una proeza técnica y visual. Además, presenta un formato alternativo de proyección en 35 milímetros que no se utilizaba en salas de cine desde hace 10 años; ambas representan experiencias únicas que definen la visión innovadora de un director con una ambición narrativa cada vez mayor.

Después de triunfar en los Óscar con *Oppenheimer*, el laureado director de cine Christopher Nolan ha regresado a las salas de cine con la película de *La Odisea*, protagonizada por Matt Damon (Odiseo y rey de Ítaca), Anne Hathaway (Penélope, reina de Ítaca y madre de Telémaco) y Tom Holland (Telémaco). El poema épico de Homero que encontró una realización fílmica extraordinaria en la visión de Nolan, ha llegado a través de la Feria Internacional del Cine en Guadalajara (FICG) al Cineforo de la UDG (inaugurado el primero de marzo de 1988), un espacio icónico y de culto para los amantes del séptimo arte en la ciudad de las rosas, y lo ha hecho en un hermoso y nostálgico formato: 35 milímetros, reproducción que desde hace 10 años no se exhibía en salas, y que le ha dado una atmósfera aún más especial, siendo esa experiencia una valiosa especie de viaje en el tiempo, y una alternativa a sus otras proyecciones en un formato IMAX, lo que la convierte en el primer largometraje rodado completamente en este formato de altísima resolución, y grandes desafíos técnicos que puso a prueba las habilidades de todo el staff para entregar una cinta impecable en dos formatos.

Nolan, cuya marca personal cinematográfica se encuadra en lo superlativo habiendo realizado espectaculares producciones como *El Origen*, *Interestelar*, o *El*

Caballero de la Noche, además de la citada *Oppenheimer*, tomó la valiente e innovadora decisión de grabar la obra épica de 3 mil años de antigüedad en dos formatos (IMAX y 35 mm), obediendo a una cada vez mayor ambición narrativa, reflejada consistentemente en su trayectoria, en la que progresivamente se ha exigido en habilidad.

El resultado fílmico de *La Odisea*, con su alto nivel técnico orientado hacia lo analógico, conjugado con la sagacidad narrativa del director, obsesivo con llevar hasta el último aliento la obra, el talento histriónico, y su propuesta en dos formatos fílmicos ha sido espectacular. Gracias a su calidad, planos que devienen en poesía visual, un gran trabajo de musicalización (de Ludwig Göransson) y niveles de tensión, resulta en una experiencia inmersiva, da la sensación de estar allí, en el mar, observando al oleaje golpear ese colosal caballo de madera, que es arrastrado hasta Troya, también sentir la compasión de quienes no han podido volver a casa tras los naufragios y emboscadas.

Cabe señalar que, en México, el largometraje se proyecta en su formato analógico de 35 mm únicamente en dos salas: el Cineforo UDG y la Cineteca Nuevo León. Estas proyecciones no son un asunto menor en plena era digital, donde el cine suele ser solo un archivo más, pues además de la logística que i

mplica importar el celuloide, se requiere de un proyector específico y de personal capacitado para su operación, lo que añade a la experiencia un toque de bella nostalgia.

Así, el director logra sintetizar sagazmente en dos horas y 52 minutos el poema de Homero. Escrito entre los años 850 y 750 a. C., el relato sigue la incansable lucha de Odiseo por regresar a Ítaca tras combatir en la Guerra de Troya. La determinación y el liderazgo del personaje mitológico resultan determinantes para atravesar pasajes oscuros que dejan enseñanzas imperecederas, manteniendo la vigencia de la obra a través de los siglos.

La Odisea de Homero es el mar vital por el cual ha navegado la poesía visual de Nolan, que no sucumbe al canto de las sirenas, encontrando un extraordinario puerto, pudiendo convertirse en un clásico de la cinematografía internacional; por todo ello, *La Odisea* seguramente estará presente en varias categorías de los siguientes premios Óscar, y se agradece totalmente el que el Cineforo de la Universidad de Guadalajara haya atraído la cinta.



GIOCONDA BELLI, GALARDONADA CON EL PREMIO FIL DE LITERATURA A LENGUAS ROMANCES

En la víspera de la que será la edición número 40 de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), la literatura de Gioconda Belli (Managua, Nicaragua, 9 de diciembre de 1948) ha encontrado un profundo eco; su narrativa y poesía, que reavivan en sus líneas e intersticios la expresión poética del cuerpo, el deseo y el goce femenino, la han convertido en una imperdible de las letras contemporáneas. Igualmente, como un acto de resistencia a las condiciones políticas de su país, la palabra la condujo a México, donde encontró el apoyo de reconocidas plumas como Efraín Huerta, Carlos Monsiváis y Juan Bañuelos, forjando lazos entrañables de amistad.



«La palabra no es un adorno ni un objeto de contemplación pasiva, y en la gran literatura encontramos uno de los últimos mapas legibles para orientarnos en la complejidad del presente», dijo la Rectora General de la Universidad de Guadalajara (UdeG), Karla Planter Pérez, en el acto del anuncio de la preselección a la escritora nicaragüense, y añadió que la FIL es quizá el proyecto de «mayor largo aliento en el mundo de habla hispana», catalogando al galardón como un eje en la razón de ser, no solamente para la feria, sino para la universidad misma.

Gioconda Belli, es catalogada como una de las voces «más poderosas de Latinoamérica» en la actualidad. Es la primera mujer latinoamericana en obtener la preselección.





Por su parte, Alimany Bay, representante del jurado que designó a Gioconda Belli como la acreedora al galardón, refirió: «Su obra, con una expresión directa y cotidiana, ha revitalizado la expresión poética del cuerpo, el deseo y el goce femenino. Su poesía aúna la dimensión sensorial y la conciencia política, haciendo converger lo íntimo y lo colectivo, el erotismo y la historia. Belli ha extendido estas mismas preocupaciones a la novela, las memorias y el ensayo, en una obra atravesada por las grandes convulsiones políticas de Nicaragua y ha influido en varias generaciones de escritores y lectores».

La autora agradeció la designación vía remota, al no poder estar de manera presencial, y abogó por tener una literatura con diversidad de visiones, y con sentido más profundo de la vida.

Adicionalmente a Gioconda Belli, el Premio de Literatura en Lenguas Romances en la región lo había ganado Augusto Monterroso en 1996, que en ese entonces llevaba el membrete de Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe Juan Rufo.

Igualmente, el reconocimiento por parte de la FIL se lo han llevado Claudio Magris, Ida Vitale, Fernando del Paso, António Lobo Antunes, Diamela Eltit, Rafael Cadenas, Margo Glantz, Norman Manea, Lidia Jorge y Amin Maalouf, entre más plumas que, con su estética, pensamiento analítico y convicción de conectar con lectores incitándoles a imaginar, han abonado a enriquecer su gran significación.

Gioconda Belli, igualmente a lo largo de su amplia trayectoria, ha ganado el Premio Casa de las Américas (1978), el Hermann Kesten del PEN Alemán

(2018) y el Reina Sofía de Poesía Iberoamericana (2023). Es Caballero de las Artes y las Letras de Francia y miembro correspondiente de la Real Academia Española.

En el acto, estuvieron presentes el vicerrector ejecutivo de la UdeG, doctor Héctor Raúl Solís Gadea; el presidente de la FIL de Guadalajara, maestro José Trinidad Padilla López; la directora de la feria, Marisol Schulz Manaut; la directora de la asociación civil que preside el premio, doctora Dulce María Zúñiga; Carmen Alemany Bay, representante del jurado del premio; además de Luis Alberto Navarro, de la Secretaría de Cultura de Jalisco.

NÓMADA



NO HABITAMOS LOS LUGARES: LOS TRANSFORMAMOS, Y LOS DESTINOS QUE VISITAMOS QUEDAN SIENDO PARTE DE NOSOTROS.

NÓMADA NACE DE LA CONVERGENCIA ENTRE DESTINO Y VISIÓN, ENTRE LAS IDEAS QUE POTENCIALIZAN REGIONES Y LAS MENTES QUE LIDERAN LOS CAMBIOS.

UN ESPACIO DEDICADO AL TURISMO CONSCIENTE, LA INNOVACIÓN CON PROPÓSITO Y LA CULTURA COMO UN MAPA DE RUTA QUE DEFINE NUESTRO ENTORNO.

NÓMADA: PARA QUIENES LIDERAN SU DESTINO.

Nº 4



NÓMADA

JALISCO: PREMIO
AL MEJOR DESTINO
NACIONAL 2026

JALISCO EN LA ÉLITE
MICHELIN Y WINE
SPECTOR

EXPO GUADALAJARA:
CIFRAS RÉCORD
EN INGRESOS

ESPECIAL INTERMODA:
LA NUEVA ERA DEL
DISEÑO Y LA MODA

¿QUIÉNES LIDERAN SU DESTINO?

VISIBILIDAD

CON CRITERIO.

POSICIONE SU EMPRESA DENTRO DE UN ENTORNO DE CONTENIDOS
DE ALTO NIVEL Y CONÉCTESE CON LECTORES DE DECISIÓN.

SOLICITUDES DE PAUTA EDITORIAL Y COMERCIAL:



33 35 93 23 42



NÓMADA

TURISMO | EMPRESA | CULTURA