

DE LO LOCAL A GLOBAL: LA LLEGADA DE LA GUÍA MICHELIN A JALISCO

Elaborado por:

Lic. Vanessa Alejandra Martínez Escobedo
Dra. Diana Lizette Becerra Peña

27 de abril de 2026

Elaborado por:

Lic. Vanessa Alejandra Martínez Escobedo

Licenciada en Negocios Internacionales. Asistente de investigación de la Plataforma Economía de Jalisco. CUCEA. Universidad de Guadalajara.

vanessa.martinez9400@alumnos.udg.mx

Dra. Diana Lizette Becerra Peña

Profesora de asignatura del Departamento de Métodos Cuantitativos. SNII I. CUCEA. Universidad de Guadalajara.

dianabep@ucea.udg.mx

Contenido:

Se presentan datos económicos y gastronómicos de la Zona Metropolitana de Guadalajara, con énfasis en la llegada de la Guía Michelin a Jalisco y su posible impacto en el consumo, la inversión y el posicionamiento internacional de la región.

DE LO LOCAL A GLOBAL: LA LLEGADA DE LA GUÍA MICHELIN EN JALISCO

En el marco de la consolidación de Guadalajara como uno de los epicentros culturales y económicos más vibrantes de México, la llegada de la Guía Michelin en mayo de 2026 marca un hito sin precedentes para la industria de alimentos y bebidas en Jalisco. Este reconocimiento internacional, producto de un riguroso proceso de evaluación de técnica y calidad culinaria, coloca a la capital jalisciense en el mapa global del turismo de lujo y también valida la sofisticación y la madurez de su ecosistema gastronómico actual.

Más allá del prestigio simbólico, el efecto Michelin conlleva profundas implicaciones económicas que transforman la estructura operativa y comercial de la industria en el estado. Desde el incremento proyectado en la rentabilidad de los negocios y la atracción de divisas por turismo de alto valor, hasta la necesaria profesionalización de las cadenas de suministro y el fortalecimiento del talento especializado, este fenómeno redefine el desarrollo económico de Jalisco.

El presente documento busca contextualizar la importancia de este evento, posicionando al sector restaurantero local como un pilar fundamental de la identidad regional y un motor de competitividad que ahora se proyecta hacia los más altos estándares mundiales, donde se reconoce a los mejores restaurantes mediante un proceso riguroso y confidencial para evaluar la técnica y la calidad culinaria (Lamas, 2026).

EL ECOSISTEMA ACTUAL DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

De acuerdo con el Censo Económico 2023 del INEGI (2025a), el 65.21% de las Unidades Económicas (UE) de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) se concentra en los municipios de Guadalajara y Zapopan, con 89,635 y 48,649 UE, respectivamente (véase tabla 1).

En el Subsector 722 “Servicios de preparación de alimentos y bebidas”, Tlajomulco de Zúñiga con el 14,75%, seguido de Juanacatlán con el 14,14% y Zapopan con el 13,81% representan los mayores porcentajes de UE correspondientes a esta actividad económica

sobre el total municipal, lo que significa que una gran parte de los establecimientos que contribuyen al crecimiento económico de estas áreas, se concentra en trabajos relacionados a la gastronomía.

Tabla 1. Distribución de Unidades Económicas totales y del Subsector 722 en los municipios de la ZMG

Municipio	Actividad económica	UE Unidades económicas	% UE pertenecientes al Subsector 722
Total Nacional	Total nacional	5468180	
Total Nacional	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	722635	13.22%
Guadalajara	Total municipal	89635	
Guadalajara	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	11077	12.36%
Ixtlahuacán de los Membrillos	Total municipal	1108	
Ixtlahuacán de los Membrillos	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	146	13.18%
Juanacatlán	Total municipal	672	
Juanacatlán	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	95	14.14%
El Salto	Total municipal	8012	
El Salto	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	972	12.13%
Tlajomulco de Zúñiga	Total municipal	17784	
Tlajomulco de Zúñiga	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	2624	14.75%
San Pedro Tlaquepaque	Total municipal	24371	
San Pedro Tlaquepaque	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	3259	13.37%
Tonalá	Total municipal	18004	
Tonalá	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	1888	10.49%
Zapopan	Total municipal	48649	
Zapopan	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	6716	13.81%
Zapotlanejo	Total municipal	3823	
Zapotlanejo	Subsector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	341	8.92%

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). Censos Económicos 2023. INEGI. 2025

El impacto de esta actividad favorece el consumo local, la generación de empleo y el turismo, además de contribuir al desarrollo de otros sectores. La participación laboral en el Sector 72 “Servicios de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas”, según resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), muestra una variación en el personal ocupado, con una mayor participación de mujeres (58.3%) frente a un 41.7% de hombres. Con respecto a la formalidad en el personal ocupado en el subsector 722, el

60.6% de las personas que laboran en restaurantes, lo hacen de manera formal, mientras que el 39.4% restante corresponde a personal informal (INEGI, 2025b).

Ante la inminente designación de Guadalajara como sede de uno de los hitos culinarios más trascendentes a nivel global, resulta imperativo analizar las dinámicas de consumo en los corredores turísticos estratégicos de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Este análisis se centra primordialmente en los municipios de Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque, cuyas zonas de mayor afluencia definen el pulso económico del sector.

Guadalajara destaca por liderar la oferta en términos de densidad de zonas turísticas y gastronómicas, impulsada por el dinamismo de la Colonia Americana, Chapalita y el Centro Histórico. Por su parte, Zapopan se posiciona como un referente de alto valor mediante corredores consolidados como Providencia, Puerta de Hierro y su respectiva zona centro. Finalmente, Tlaquepaque mantiene una participación estratégica concentrada de manera neurálgica en su zona Centro, la cual constituye su principal motor de atracción turística y desempeño comercial.

Como se detalla en la Tabla 2, el desempeño financiero de los restaurantes en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) varía significativamente según el corredor gastronómico en el que operan. De acuerdo con datos de Google (2026), el gasto promedio general por comensal durante marzo de 2026 se situó en \$237.70 pesos.

En términos de captación de ingresos, los establecimientos ubicados en Puerta de Hierro (Zapopan) muestran el mayor rendimiento, al registrar el *ticket* promedio más alto de la muestra (\$263.25 pesos), seguidos de cerca por los restaurantes en Providencia (\$250.00 pesos). En contraste, los negocios ubicados en las zonas Centro de Guadalajara y Zapopan compiten bajo un modelo más accesible, reportando ingresos promedio por cliente de \$221.86 y \$222.26 pesos, respectivamente.

Tabla 2. Gasto promedio por consumo en zonas gastronómicas destacadas de la ZMG

Zonas gastronómicas más populares de la ZMG	Ticket promedio
Puerta de Hierro	\$263.25
Providencia	\$250.00
Chapalita	\$249.98
Colonia Americana	\$241.87
Tlaquepaque Centro	\$238.23
Zapopan Centro	\$222.26
Guadalajara Centro	\$221.86

Fuente. Elaboración propia con datos de Google. Google Maps. 2026

Lo anterior indica que los consumidores en estas áreas tienen una mayor disposición a pagar, lo que convierte a zonas como Puerta de Hierro y Providencia en las más atractivas para el desarrollo de restaurantes de lujo o de autor (el principal segmento objetivo de la Guía Michelin).

Los datos sugieren que la industria restaurantera en la ZMG opera bajo estrategias distintas según su ubicación. Mientras que los restaurantes en Puerta de Hierro y Providencia pueden apostar por un modelo de mayores márgenes de ganancia por comensal, las zonas del Centro de Guadalajara y Zapopan funcionan bajo un modelo de accesibilidad. En estas últimas, la rentabilidad de los restaurantes depende mucho más de asegurar un alto volumen y rotación constante de clientes.

PROYECCIÓN DEL EFECTO MICHELIN

Hasta el momento, seis de los treinta y dos estados de la república (Ciudad de México, Baja California, Oaxaca, Baja California Sur, Nuevo León y Quintana Roo) han formado parte de este acontecimiento. Entre los principales beneficios del efecto Michelin, destacan el aumento en la atracción de turismo, la transformación de la oferta local y el

posicionamiento de la cocina mexicana a nivel nacional e internacional (MICHELIN guide, 2026).

Las estrellas Michelin cambian la trayectoria de los restaurantes, y con ello fortalecen su reputación entre la competencia, elevan la demanda en el consumo al atraer turistas para que degusten experiencias únicas, y generan un impacto en la rentabilidad gracias a la calidad de los ingredientes. Estos últimos, deben venir de una selección exclusiva con la mayor frescura, por lo que las relaciones con proveedores confiables son imprescindibles para cumplir con este rubro, y así conseguir una consistencia en la calidad de los alimentos y una excelente relación calidad-precio de los platillos (Nestle, 2026; Le Cordon Bleu Malasia, 2026).

Reconocido como el mayor logro que puede alcanzar un chef, el distintivo de la estrella Michelin es un referente a la excelencia gastronómica. El efecto económico al portar una estrella en el establecimiento puede incrementar los precios de los platillos un 15%, mientras que con dos estrellas un 55% y con tres hasta un 80% sobre su valor original, tomando en cuenta que influyen otros aspectos, como las características de la zona y tipos de restaurantes cerca de ella (Carly Shin, 2018).

Sin embargo, la lucha constante por mantener estas estrellas, el estatus, la calidad de los platillos y el servicio, acompañada de las grandes inversiones con el fin de atraer a los clientes y financiar todo el proyecto, han sido algunos de los retos que más han vivido los dueños de estos grandes restaurantes, por lo que llegar a adquirir esta insignia es solo una parte del proceso, pues mantener o aumentar ese estatus es lo que realmente hace de ello un reto (Matthew & Zhu, 2020).

Durante 2023, México al participar en la Guía Michelin, generó un ingreso en divisas de casi 31,000 millones de pesos, un 10% más que el año anterior gracias a la atracción de turistas y los reconocimientos otorgados en dicho año (GBM, 2024).

En la edición 2025 se incluyeron 181 restaurantes recomendados, 21 establecimientos con 1 estrella Michelin, y 2 lugares con reconocimiento de 2 estrellas. El estado con más restaurantes con la distinción es la Ciudad de México, donde dos de sus diez

establecimientos cuentan con 2 estrellas Michelin (las únicas en el país), seguido de Baja California con cinco, Quintana Roo con tres, Oaxaca y Nuevo León con dos cada uno y Baja California Sur con uno. Estos valores resaltan la potencia culinaria en la que podría convertirse el país, lo que contribuiría a una mayor inversión extranjera directa donde se apueste por mayores oportunidades tanto en la educación culinaria, como en la producción y el desarrollo económico en este sector, y con ello a un aumento en el prestigio de la comida y cultura mexicana (Alana, 2025).

DE LA DISTINCIÓN A LA ACCIÓN

La inminente llegada de la Guía Michelin a Jalisco trasciende el ámbito estrictamente culinario para consolidarse como un poderoso catalizador del desarrollo económico y turístico regional. Este hito impulsará una mayor atracción de turismo de alto valor y un incremento en la captación de divisas, y también elevará la competitividad de toda la cadena de valor gastronómica.

No obstante, capitalizar plenamente el efecto Michelin exigirá un compromiso sin precedentes por parte de todos los actores involucrados. Empresarios, chefs, personal de servicio y productores locales se enfrentan al enorme desafío de profesionalizar sus operaciones, optimizar su estructura de costos y garantizar una consistencia absoluta en la calidad para satisfacer las exigencias de un mercado ahora bajo el escrutinio global.

A largo plazo, el verdadero éxito de esta distinción no se medirá únicamente en el número de estrellas otorgadas en mayo, sino en la capacidad de la industria para generar un crecimiento económico sostenido. Aprovechar esta ventana de oportunidad requerirá estrategias de inversión inteligentes, la dignificación y retención de talento especializado, y el fortalecimiento de las redes de proveeduría local.

En este escenario de profunda transformación, el monitoreo continuo y el análisis riguroso de datos de la Industria de Alimentos y Bebidas resultarán herramientas esenciales. Solo a través de una toma de decisiones informada, el ecosistema restauranero de Jalisco podrá

mitigar los riesgos asociados a la alta exigencia, asegurar su rentabilidad y consolidar su liderazgo en la escena culinaria internacional durante los próximos años.

REFERENCIAS

Alana. (2025, junio 5). *El Brillo de las Estrellas Michelin en México 2025: Un Impulso para la*

Economía Local y Dónde Encontrarlas. Alana Capital.

<https://www.alanacapital.com/post/el-brillo-de-las-estrellas-michelin-en-méxico-2025-un-impulso-para-la-economía-local-y-dónde-encont>

Carly Shin. (2018, julio 8). *Expert Opinion and Restaurant Pricing: Quantifying the Value of*

a Michelin Star. Comparative Advantage.

<https://stanfordeconjournal.com/2018/07/08/shin-michelin-star/>

GBM. (2024, junio 9). *El impacto económico de ganar una estrella Michelin.* GBM Media.

<https://gbm.com/media/the-story/el-impacto-economico-de-ganar-una-estrella-michelin/>

Google. (2026). *Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México [Map]*. Recuperado el

13 de marzo de 2026, de https://www.google.com/maps/@20.7672279,-103.3933895,15z?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI2MDMxMS4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D

INEGI (2025a). *Censos Económicos 2023.* Sistema Automatizado de Información Censal

(SAIC). <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

INEGI (2025b). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)*.

<https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>

Lamas, S. (2026, marzo 24). *Guadalajara se consolida como capital gastronómica: Será sede de la ceremonia de la Guía Michelin en México*. La Crónica de Hoy.

<https://www.cronica.com.mx//jalisco/guadalajara/2026/03/24/guadalajara-se-consolida-como-capital-gastronomica-sera-sede-de-la-ceremonia-de-la-guia-michelin-en-mexico/>

Le Cordon Bleu Malasia. (2026). *Everything you need to know about the Michelin Guide*.

Cordonbleu. <https://www.cordonbleu.edu/malaysia/everything-you-need-to-know-about-michelin-guide/en>

Matthew, W., & Zhu, A. (2020, mayo 16). *The Economic Value of Michelin Stars*. Cainz.

<https://cainz.org/8382/>

MICHELIN guide. (2026, marzo 9). *La Guía MICHELIN anuncia su expansión en México*.

MICHELIN Guide. <https://guide.michelin.com/mx/es/event/la-guia-michelin-anuncia-su-expansion-en-mexico>

Nestle. (2026, marzo 12). *¿Cómo obtener Estrellas Michelin y destacar en el sector?* Nestle

Professional. <https://www.nestleprofessional.com.mx/articulos/como-obtener-estrellas-michelin>