

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LOS PUEBLOS MÁGICOS DE JALISCO

Estudio de Tapalpa

Diciembre de 2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
DIAGNÓSTICO	5
1. PERFIL DEL DESTINO	6
1.1. Análisis socio-económico.....	6
1.1.1. Indicadores	7
1.1.2. Dinámica económica	8
2. OFERTA TURÍSTICA	10
2.1. Antecedentes turísticos del destino	10
2.2. Caracterización de destino.....	11
2.2.1. Oferta cultural	13
2.2.2. Oferta natural	14
2.2.3. Oferta religiosa.....	15
2.3. Oferta de hospedaje.....	15
2.3.1. Ocupación.....	17
2.4. Oferta de servicios de alimentos y bebidas.....	19
2.5. Diferenciación del destino	20
3. DEMANDA TURÍSTICA.....	24
3.1. Perfil del visitante.....	24
3.2. Origen del turista	26
3.3. Estadía promedio y gasto	28
3.4. Motivación y forma de viaje	29
4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	32
4.1. Guías de turista.....	32
4.2. Operadores locales	33
4.3. Eventos	34
4.4. Campos de golf.....	35
4.5. Servicios bancarios	35
5. INFRAESTRUCTURA.....	36
5.1. Accesibilidad.....	36

5.2. Transportación terrestre.....	39
5.3. Movilidad.....	39
5.4. Servicios médicos.....	40
5.5. Señalética.....	41
6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	43
6.1. Campañas de promoción.....	43
6.2. Comercialización del destino.....	45
6.3. Mercados potenciales.....	47
6.3.1. Turismo cultural.....	48
6.3.2. Ecoturismo.....	49
6.3.3. Turismo de reuniones.....	51
6.3.4. Turismo de aventura.....	52
6.3.5. Turismo de tercera edad.....	54
6.3.6. Turismo cinegético.....	55
7. GESTIÓN DEL DESTINO.....	57
7.1. Gestión desde el gobierno municipal.....	57
7.2. Asociaciones y organismos empresariales.....	57
8. PROFESIONALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN.....	60
9. AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO.....	63
9.1. Agua potable.....	63
9.1.1. Programas de cuidado del agua.....	64
9.1.2. Proyectos de abastecimiento.....	64
9.2. Saneamiento de aguas residuales.....	64
10. GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS.....	67
10.1. Generación de residuos sólidos.....	67
10.2. Separación y reciclaje.....	68
10.3. Disposición final de residuos.....	69
11. PROTECCIÓN DEL TERRITORIO.....	71
11.1. Uso de suelo.....	71
12. IMPACTOS DEL TURISMO.....	73
12.1. Impactos económicos.....	73

12.1.1. Costo de la vida.....	74
12.2. Impactos sociales	75
12.3. Impactos territoriales.....	76
12.3.1. Imagen y planeación urbana	77
PROBLEMÁTICAS DEL DESTINO	80
PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	98
FICHA 1: <i>Tranquilización de calles</i>	99
FICHA 2: <i>Centro de Convenciones de Tapalpa</i>	101
FICHA 3: <i>Estacionamiento de borde</i>	103
FICHA 4: <i>Paseo del Río</i>	105
FICHA 5: <i>Colocación de señalética turística</i>	107
FICHA 6: <i>Homogenización de la nomenclatura</i>	109
FICHA 7: <i>Iluminación nocturna de edificios históricos</i>	110
FICHA 8: <i>Renovación del alumbrado público</i>	112
FICHA 9: <i>Ampliación de ocultamiento de cableado</i>	114
FICHA 10: <i>Miradores paisajísticos</i>	116
PLAN DE ACCIÓN.....	118
PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA.....	129
A. Regulación de los servicios de hospedaje	131
A.1. Instrumentos de planeación y regulación	131
A.2. Planeación estratégica	132
A.3. Indicadores de mejora regulatoria	134
B. Competencia desleal entre los prestadores de servicio.....	135
B.1. Instrumentos de planeación y regulación	135
B.2. Planeación estratégica	136
B.3. Indicadores de mejora regulatoria	137
C. Ordenamiento vial.....	137
C.1. Instrumentos de planeación y regulación	137
C.2. Estrategias de mejora	139
C.3. Indicadores de mejora regulatoria.....	140
D. Consejo de Planeación Urbana	141

D.1. Instrumentos de planeación y regulación	141
D.2. Estrategias de mejora	141
D.3. Indicadores de mejora regulatoria.....	142
E. Mejorar la calidad en el servicio.....	144
E.1. Instrumentos de planeación y regulación	144
E.2. Estrategias de mejora.....	146
E.3. Indicadores de mejora regulatoria	147
F. Marca-destino / Marca turística.....	148
F.1. Instrumentos de planeación y regulación	148
F.2. Estrategias de mejora.....	149
F.3. Indicadores de mejora regulatoria	150
G. Fusión de las direcciones de turismo y cultura	150
G.1. Instrumentos de planeación y regulación	150
G.2. Estrategias de mejora	151
G.3. Indicadores de mejora regulatoria.....	152
H. Reglamentación del comercio en el centro histórico.....	152
H.1. Instrumentos de planeación y regulación	152
H.2. Estrategias de mejora	153
H.3. Indicadores de mejora regulatoria.....	153
RECOMENDACIONES	154
1. Recomendaciones	155
1.1. Recomendaciones para la planeación	155
1.2. Recomendaciones para la gestión del destino.....	157
1.3. Recomendaciones para la movilidad	158
1.4. Recomendaciones para el ordenamiento territorial.....	161
2. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada.....	163
2.1. Acciones desde el sector público.....	163
2.2. Posibilidades de inversión para el sector privado	164
3. Gestión turística del patrimonio cultural	172
3.1. Aprovechamiento integral del patrimonio	172
3.2. Fortalecimiento de la identidad cultural.....	174

3.3. Cultura turística en acción.....	177
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	179

INTRODUCCIÓN

En Tapalpa, el turismo es una de las principales actividades económicas. Este sector genera una fuerte derrama, pero a la vez conlleva implicaciones sociales, culturales y medio ambientales. El nombramiento de Pueblos Mágicos, que la localidad ostenta desde el año 2002, retoma estos aspectos, al revalorar a las poblaciones favoreciendo las singularidades de éstas, como elementos para la generación de productos turísticos, donde las localidades receptoras sean quienes se beneficien del turismo.

Teniendo como objeto estos lineamientos, es necesario planificar el crecimiento y la competitividad del destino, pero respetando los principios de sustentabilidad. De esta iniciativa surge el presente estudio, el cual tiene por objetivo generar estrategias para fortalecer la actividad turística del Pueblo Mágico de Tapalpa y consolidarlo como un destino turístico competitivo.

Para lograr los fines de esta investigación, se trabajó una metodología que incluyó visitas de campo y recorridos a los principales atractivos, lo que permitió observar la dinámica que en estos se desarrolla. Estas técnicas se complementaron con entrevistas realizadas a actores locales, como empresarios, académicos y funcionarios de la administración municipal que inciden directamente en la gestión del destino.

Asimismo, se convocó a una mesa de trabajo con los actores clave del sector turístico de Tapalpa. El objetivo central de dicha mesa fue compartir propuestas de cómo mejorar la competitividad y la sustentabilidad del destino. Dicho ejercicio contó con la participación de autoridades municipales, empresarios, representantes del Comité Tapalpa Pueblo Mágico, asociaciones de empresarios turísticos y personajes de la sociedad tapalpense.

La suma de lo antes mencionado sirvió de insumo para elaborar los documentos que integran este estudio:

- Diagnostico
- Portafolio de proyectos
- Recomendaciones
- Propuesta de mejora regulatoria
- Inventario de atractivos turísticos y catálogo de servicios y productos turísticos

El primer apartado correspondiente al diagnóstico integró los siguientes apartados:

- **Competitividad.** Se generó un análisis sobre la dinámica del sector, partiendo de conocer el perfil del destino, la oferta y la demanda. Para cumplir con el objetivo de consolidar la actividad, fue necesario identificar a su vez los canales de comercialización y las fuentes de promoción, para continuar con un factor tan importante, como lo fue la profesionalización del sector.
- **Sustentabilidad.** Se identificaron los impactos que genera el turismo y la capacidad del destino para responder ante cada uno de ellos, como los impactos generados en lo económico social y, sobre todo, en lo medio ambiental.
- **Problemáticas del destino.** A partir del diagnóstico se identificaron de manera puntual las principales problemáticas presentes en el destino a partir de la actividad turística en Tapalpa.

Con la información obtenida en el diagnóstico, se trabajó en una segunda parte del estudio, la generación de propuestas para mejorar la competitividad y sustentabilidad del destino, conformadas por: portafolio de proyectos de inversión, recomendaciones y propuesta de mejora regulatoria.

En el portafolio de proyectos se destacan:

- La creación de un centro de convenciones
- Tranquilización de calles
- Paseo del río
- Estacionamiento de borde
- Ampliación del programa de ocultamiento de cableado para toda la cabecera municipal

Además, se proponen otros proyectos como la instalación de miradores paisajísticos, iluminación de edificios históricos, instalación de señalética y la homogenización de la nomenclatura en la cabecera municipal. Para cada uno de los proyectos se integró un plan de acción donde se priorizan las actividades a desarrollar. Este integra los objetivos así como los principales responsables del cumplimiento de cada una de las acciones propuestas, para lograr la eventual ejecución del proyecto.

En el tercer apartado del estudio se abordó una propuesta de mejora regulatoria, la cual integró un conjunto de acciones para mejorar la normativa de las actividades propias del sector y aquellas con las cuales está ampliamente relacionado. Esta propuesta busca favorecer la eficiencia productiva y promover la inversión y la innovación, contribuyendo a la competitividad de Tapalpa. En este apartado se incluyeron ocho estrategias:

- Regulación de los servicios de hospedaje
- Competencia desleal entre los prestadores de servicio
- Re-ordenamiento de las vialidades
- Conformación del consejo de planeación urbana municipal
- Mejorar la calidad en el servicio
- Creación de marca-destino
- Regularizar el comercio en el centro histórico

En este tema, se identificaron los principales instrumentos normativos, con lo que se desarrolló un plan estratégico para cada una de ellas, así como los indicadores con los que se podrían evaluar los avances en la mejora regulatoria.

En la cuarta parte se emitieron las recomendaciones para el destino, las cuales tienen por objeto atender las distintas problemáticas que presenta en Tapalpa. Estas correspondieron a tres ejes:

- Recomendaciones para la planeación, la gestión del destino, la movilidad y el ordenamiento territorial
- Esquemas para fomentar la inversión pública y privada
- Gestión turística de los recursos culturales
- Atracción de nuevos mercados

Estas recomendaciones corresponden a algunas de las problemáticas detectadas durante la fase de diagnóstico.

Finalmente se elaboró un inventario de atractivos y catálogo de productos y servicios turísticos, el cual se integró mediante fichas de identificación de los principales atractivos turísticos. En este apartado del estudio, se integró un catálogo de los servicios, que identifico:

- Hoteles
- Establecimientos de alimentos y bebidas
- Productos y servicios turísticos.

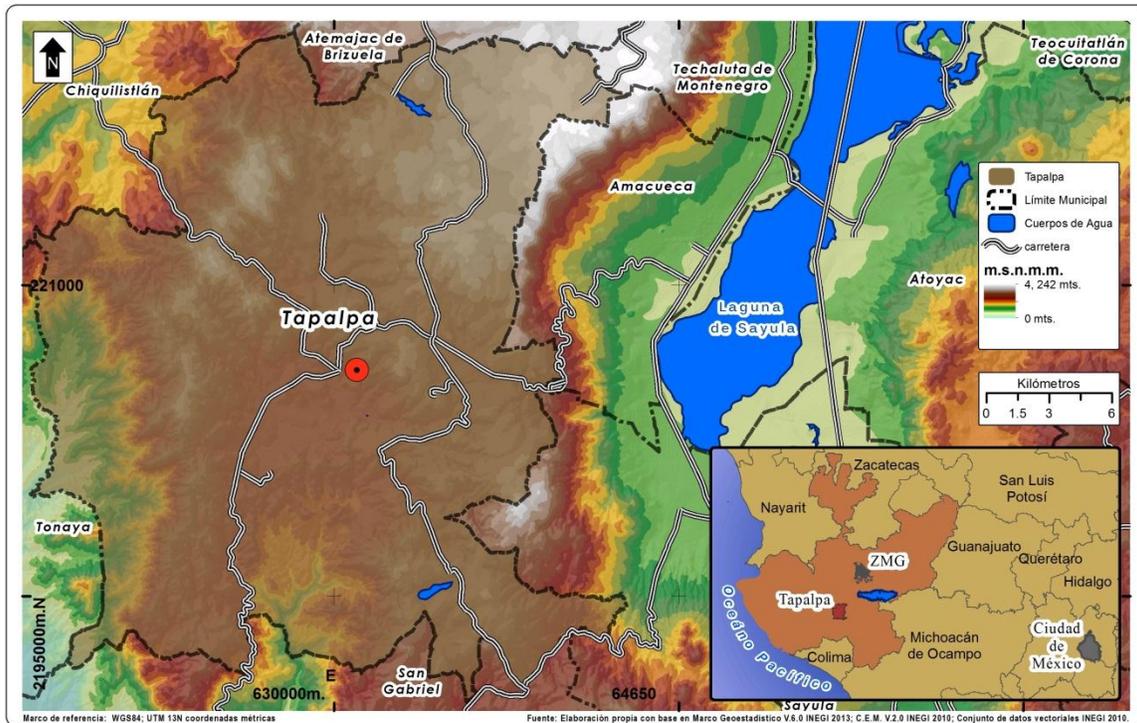
Los resultados obtenidos plantean estrategias y líneas de acción en diferentes campos del sector turístico. La propuesta en su conjunto tiene el objetivo de mejorar la competitividad y sustentabilidad del Pueblo Mágico de Tapalpa.

Primera parte

DIAGNÓSTICO

1. PERFIL DEL DESTINO

Tapalpa es una localidad y cabecera del municipio con el mismo nombre. Su demarcación corresponde a la región administrativa Sur del estado de Jalisco. Limita al norte con los municipios de Atemajac de Brizuela y Chiquilistlán; al este con Techaluta de Montenegro, Amacueca y Sayula; al sur con San Gabriel; y al oeste con el Tonaya (véase Mapa 1).



Mapa 1. Ubicación de Tapalpa, Jalisco

El municipio comprende parte de la región geográfica conocida como Sierra de Tapalpa, una de las zonas con mayor atractivo de la entidad, debido principalmente a que cuenta con una importante extensión de bosque, pues el territorio se asienta por encima de los 2,000 m.s.n.m. Además, colinda con otros sitios de importante valor patrimonial como lo son el Parque Nacional Nevado de Colima, la Laguna de Sayula¹, así como del “Llano en Llamas”, al que hace referencia en su obra homónima, el célebre escritor jalisciense Juan Rulfo.

1.1. Análisis socio-económico

¹ Este lugar tiene el reconocimiento como sitio RAMSAR, desde el año 2004.

La población del municipio de Tapalpa asciende a 18, 096 habitantes (INEGI, 2010) distribuida entre la cabecera municipal y 32 localidades más. Las localidades más pobladas son Tapalpa (5,782), Juanacatlán (3,016) y Atacco (1,202), las cuales en conjunto concentran 55.3% de la población municipal. Del total de localidades, sólo dos son consideradas urbanas (Tapalpa y Juanacatlán), mientras que el resto son de carácter rural.

1.1.1. Indicadores

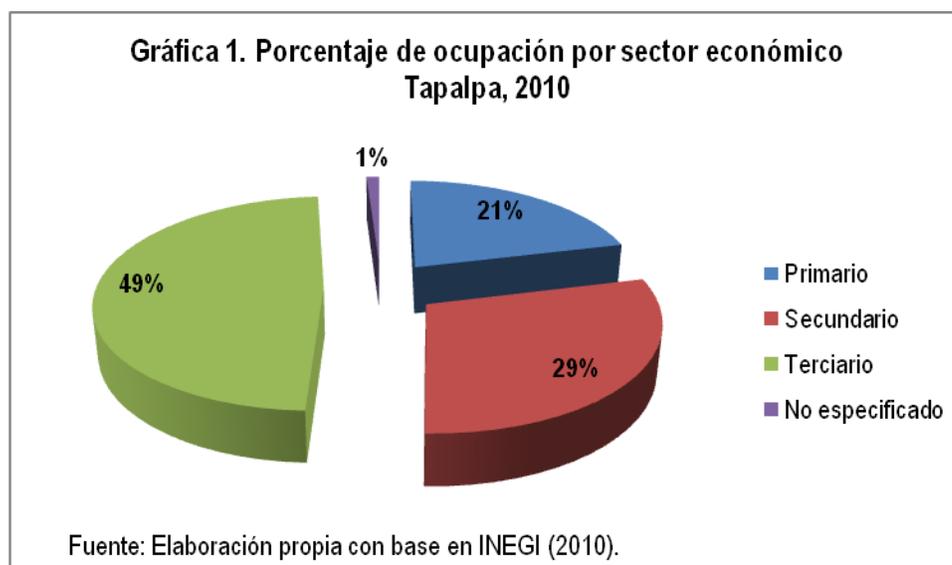
De acuerdo a indicadores oficiales, el municipio de Tapalpa muestra un desempeño bajo. Con respecto al índice de Desarrollo Humano (IDH), el municipio se encuentra en los últimos 20 sitios en la entidad. Aunque durante los años de 2000 a 2005 Tapalpa mostró un aumento neto en el índice, descendió cinco posiciones en el contexto estatal. Lo anterior, si bien muestra una tendencia a mejorar, indica que los avances representaron un ritmo más lento en comparación con otras municipalidades.

TABLA 1. Principales indicadores del municipio de Tapalpa					
Relevancia nacional					
Variable	Indicador	Año	Posición Estatal	Posición Nacional	
Población	18,096 habitantes	2010	70°	N/D	
Índice de Desarrollo Humano (IDH)	0.7184 (Medio)	2000	107°	N/D	
	0.7259 (Medio)	2005	112°	1,698°	
Índice de Marginación	- 0.5184 (Medio)	2010	34°	1,626°	
Índice de Desarrollo Municipal (IDM) - Esfera estatal					
Indicador		Año	Puntaje	Grado	Posición (de 125)
IDM		2012	53.1	Medio	81°
IDM – Social		2012	79.9	Medio	107°
IDM – Institucional		2012	42.2	Medio	91°
IDM – Económico		2012	27.4	Medio	64°
IDM – Medio Ambiente		2012	63.1	Alto	27°
Fuente: Elaboración propia con base en INEGI (2010); PNUD (2009) y COEPO (2012).					

Tapalpa se encuentra entre los 35 municipios más marginados de Jalisco. De acuerdo al *Índice de marginación* que calcula el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010), el municipio ostenta un grado de marginación *medio*. Los principales rubros en los que se aprecian deficiencias son educación y vivienda. Casi el 9% de la población mayor de 15 años es analfabeta, mientras que poco más del 32% de este mismo grupo no tiene la primaria concluida; estos datos reflejan el bajo nivel de instrucción de la población. En lo referente a las viviendas, el mayor rezago corresponde a la dotación de servicios básicos (energía eléctrica, drenaje y agua entubada), seguida por el hacinamiento en el que viven sus habitantes.

1.1.2. Dinámica económica

Hasta hace una década, el sector primario era la base de la economía en el municipio de Tapalpa. A partir del nombramiento de Pueblo Mágico para la cabecera municipal, el sistema productivo del municipio se reconfiguró con el impulso de la actividad turística (véase Gráfica 1). Actualmente el sector terciario integra cerca del 50% de la población ocupada del municipio, que es de 6, 385 personas (INEGI, 2010); dentro de este porcentaje se incluyen actividades como gobierno, comercio y servicios turísticos (hospedaje, alimentos y bebidas y demás prestadores de servicios). Paralelamente al crecimiento del sector servicios, otros sectores también han mostrado un impulso importante, particularmente la agroindustria y la construcción.



El papel del sector agrícola es relevante en la economía local. Los principales cultivos, en orden de tamaño de producción son: papa, avena forrajera, pastos,

maíz, cebada y fresa (SAGARPA, 2012); aunque los que presentan un mayor impacto son la papa y la fresa. En dicha actividad agrícola no sólo se emplea a gente del municipio, sino que también llegan jornaleros de otros estados como Guerrero y Veracruz. No obstante, en el caso de la producción de fresa, la mayoría de los empleos son temporales, debido a una marcada estacionalidad para el corte de dicho alimento (entre los meses de noviembre y abril).

Por otro lado, el sector inmobiliario ha registrado un importante crecimiento impulsado por la construcción de cabañas en las localidades colindantes con la cabecera municipal. Este tipo de viviendas sirven como casas de segunda residencia, principalmente para familias originarias de Guadalajara. Aunado a los empleos generados de la construcción, también se emplea a personas del municipio para realizar las actividades de mantenimiento, seguridad y limpieza de las cabañas.

Finalmente, el sector turístico es el que ha mostrado un mayor crecimiento. Aunque Tapalpa ha sido un destino turístico tradicional para las familias tapatías, sobre todo a partir de la construcción de la carretera en 1959, el nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2002 representó una proyección mayor para la localidad, lo cual ha ido posicionando al turismo, así como de manera indirecta a otros sectores, como la principal actividad económica en el municipio.

2. OFERTA TURÍSTICA

El mercado turístico ha estado en constante cambio durante los últimos años. La oferta turística se ha enfocado en crear nuevos productos turísticos para satisfacer las necesidades de ocio del viajero. El caso de los “Pueblos Mágicos” ha respondido a esta tendencia al diversificar la oferta turística y reorientar a las localidades con economía en este sector hacia la nueva ruralidad (Hoyo y Hernández, 2008). Este programa promueve el turismo rural y complementa la oferta turística nacional. El Pueblo Mágico es un producto que busca desarrollar capacidades turísticas locales alternativas a los destinos consolidados y generar empleo productivo y bien remunerado (Matute, 2011).

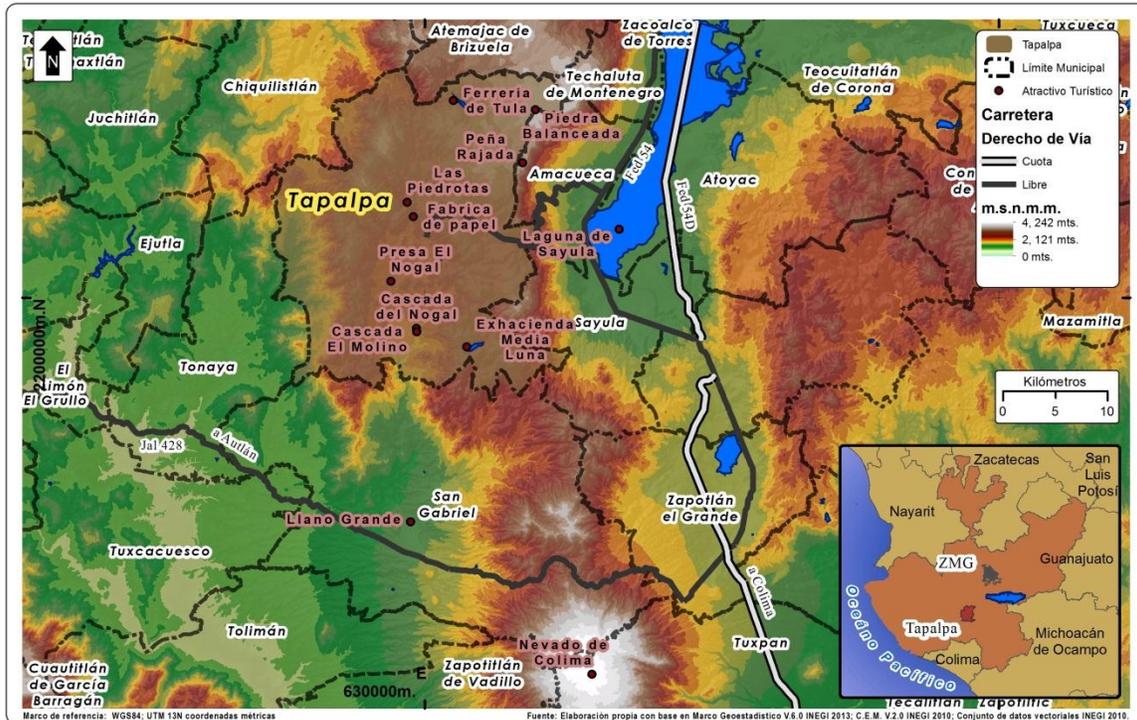
2.1. Antecedentes turísticos del destino

El desarrollo turístico en Tapalpa ha enfrentado diferentes etapas, la primera según señala Jesús Ruiz, Director de Cultura de dicho municipio, fue a raíz de la creación de la carretera Amacueca-Tapalpa en 1959, lo que permitió la comunicación entre los dos poblados y la llegada de turistas provenientes de Guadalajara. En esta etapa fue importante la participación de Luis Enrique Bracamontes oriundo de Tapalpa, el cual fue Subsecretario de Obras Públicas de 1958 a 1964 y posteriormente titular de esta dependencia, durante el mandato de Luís Echeverría Álvarez (1970-1976).

Para el año 1983 el municipio ya contaba con 176 km. de carreteras; sin embargo 107.5 km seguían siendo brechas (INEGI, 1987), motivo por el cual seguía limitada la comunicación y por lo tanto la llegada de turistas. Años después, en 1985, en el sur del estado, zona a la que pertenece Tapalpa, únicamente registraban 37 establecimientos y 894 cuartos de hospedaje (INEGI, 1991). Otro indicador del incipiente turismo que se tenía en la zona, es que a principios de los noventa se contabilizaban en el municipio 8 hoteles, con una oferta de 137 cuartos (Torres y Lamas, 1992).

A pesar de la escasa infraestructura, los atractivos de Tapalpa le permitieron definirse en un primer momento como un destino familiar, para posteriormente colocarse en la oferta de otros segmentos de turismo. A inicios de aquella década, ya era considerado un sitio tradicional para descansar y recuperar energía, así como para desahogarse de las presiones de la ciudad (Cruz *et al.*, 1992 y Torres *et al.*, 1992). El principal atractivo era la belleza del pueblo, por lo cual como medida las autoridades dispusieron que para conservar lo típico, las viviendas debieran llevar techos de teja, puertas de madera y que las ventanas debieran ser más largas que anchas (Romo, 1996). Estos fueron factores

claves para posicionarlo como destino turístico y su posterior incorporación al programa “Pueblos Mágicos”. Cabe mencionar que el turismo familiar visita la zona principalmente los fines de semana, por lo que en la voz de los principales actores del sector, existe la necesidad de ofertar otro tipo de atractivos y servicios que permitan la visita de turistas entre semana.



Mapa 2. Tapalpa y su entorno natural y cultural

2.2. Caracterización de destino

El principal atractivo de Tapalpa es su fisionomía urbana, que lo identifica como un pueblo típico representativo no sólo de Jalisco, sino también de México. Se caracteriza por su belleza paisajística y sus fincas de fachadas blancas y rojas que conservan el estilo tradicional, como techos a dos aguas, puertas de madera y algunas todavía con muros de adobe. Se encuentra enclavado en la Sierra, que recibe el mismo nombre, a una altura promedio de 1,950 metros sobre el nivel del mar. La suma de sus activos ha propiciado el crecimiento de corrientes turísticas, por lo que de forma paulatina se han establecido negocios con vocación turística en la cabecera municipal. Sin embargo, el potencial de Tapalpa no sólo se limita al pueblo, por lo que la actividad turística se fue expandiendo por diferentes áreas del municipio con un modelo de crecimiento basado en la construcción de cabañas para hospedaje y vivienda.

Una de las importantes corrientes turísticas de Tapalpa es justamente la segunda residencia. Salvador Hernández del Comité Turístico Tapalpa Pueblo Mágico, señala que existen aproximadamente más de 900 cabañas que funcionan bajo este modelo. Además que existe una amplia oferta de fraccionamientos residenciales de alto poder adquisitivo como: Bosques de la Cañada, Country Club, Hacienda San Francisco y Pinar de Tapalpa, por mencionar algunos. Sin embargo, existen fuertes debates acerca de si este segmento propicia derrama económica o solo genera una baja en la venta de cuartos hoteleros y una competencia desleal entre inmobiliarias y estos (Matteucci, 2011).

En el ámbito local, este tipo de turismo ha propiciado el bloqueo de caminos y la privatización de los accesos a los atractivos naturales (Valencia y Flanders, 2009). Lo cierto es que en el caso de Tapalpa, este turismo ha incrementado puestos de empleo, construcción y pagos fiscales (Rodríguez, 2007); aunque faltaría incorporarlo a la oferta de servicios complementarios, permitiendo incrementar la derrama económica y los encadenamientos hacia otros sectores; así como generar adecuados planes de desarrollo urbano.

Si bien la oferta turística de Tapalpa le ha permitido posicionarse como un destino familiar para estratos socio-económicos de nivel medio-alto, la estacionalidad sigue siendo marcada en fines de semana y puentes vacacionales, por lo que los proyectos deberán estar enfocados en realizar actividades que permitan incrementar la estancia y tener afluencia en otras temporadas.



Imagen 1. Mosaico de atractivos y actividades en Tapalpa.

2.2.1. Oferta cultural

La zona tiene un importante legado cultural material e inmaterial que aún no ha logrado consolidarse como un producto turístico del destino. Entre las principales fincas históricas destacan: la “Casa de la Cultura”, anteriormente conocida como “Casa Gálvez”, actualmente utilizada para impartir clases y eventos culturales; la Hacienda de la Media Luna ubicada, en la localidad de Lagunillas, que fue sitio de inspiración de las obras de “Pedro Paramo” y “Llano en Lamas” de Juan Rulfo, por lo cual, Tapalpa forma parte de la denominada “Ruta Rulfiana” junto con otros nueve municipios, de los cuales Tapalpa concentra el 70% de la oferta de hospedaje de toda la ruta.

En la cabecera municipal se ubican también las denominadas pilas de agua conocidas como: “Las Serpientes”, “El Perro”, “El Tecolote” y “La Colorada”. A pesar de su contexto histórico y de que se encuentran integradas a la dinámica turística, éstas pasan desapercibidas para la población local.

Otro espacio de gran importancia histórica es la fábrica de papel “La Constancia” ubicada en el camino a Chiquilistlan. Construida en 1824, fue la primera de su tipo en Latinoamérica (De la Torre, 2007). Dejó de operar en

1923. También la ex-fundidora ubicada en la localidad de Ferrería de Tula que data de 1859 (Sánchez, 2009). Estas instalaciones son parte del legado histórico del desarrollo industrial del estado, sin embargo ambos cascos se encuentran abandonados, pudiéndose restaurar e impulsar como atractivos culturales de la zona.

2.2.2. Oferta natural

El municipio de Tapalpa se encuentra sobre una meseta de la sierra homónima. La cobertura forestal que posee el territorio, los escenarios naturales adyacentes como el Nevado de Colima y la Laguna de Sayula, así como los diferentes cuerpos y corrientes de agua superficiales (presas, arroyos y manantiales) han dotado a Tapalpa de un potencial turístico basado primordialmente en sus recursos naturales.

El turismo natural es de fuerte relevancia para Tapalpa, pues se ubica en una zona de bosque y cuenta con atractivos naturales bien reconocidos como Las Piedrotas (Camino a Chiquilistlán), La Presa del Nogal (Camino a San Gabriel) y El Salto del Nogal; así como la no tan conocida Cascada El Molino. En las cercanías se ubican también la Peña Rajada (Juanacatlán) y la Piedra Balanceada (Juanacatlán); mientras que las Cuevas de la Barranca, cerca del Salto del Nogal, fueron sitio de escondite de los cristeros en 1927. Según lo señalado por Romo (1996:36), no han sido explotadas por estas historias, si por sus atractivos naturales.

Es importante resaltar que 10% del área de uso forestal se encuentra deforestada (H. Ayuntamiento Tapalpa, 2012). Por lo cual es necesario ofertar actividades de ecoturismo que permitan la conservación del medio ambiente.

El contexto natural de Tapalpa ha propiciado el desarrollo del turismo de aventura, el cual ha tenido una reciente incorporación con oferta de seis parques temáticos: Eko-Park, La Ceja, La Mexicana, Los Frailes, Monte Real Aventuras y La Ceja. De igual forma, los eventos como el “Festival de vuelo libre en parapente” y el triatlón “Xterra Global México” han contribuido a la conformación de un producto turístico basado en el turismo de aventura.

Un evento que proyectó internacionalmente a Tapalpa como un destino de turismo de aventura, fue la décimo sexta edición de los “Juegos Panamericanos Guadalajara 2011”, en la cual Tapalpa fue subsede para la realización de la competencia de ciclismo de montaña. Con dicho antecedente, se busca atraer este tipo de competencias dentro del ámbito nacional.

2.2.3. Oferta religiosa

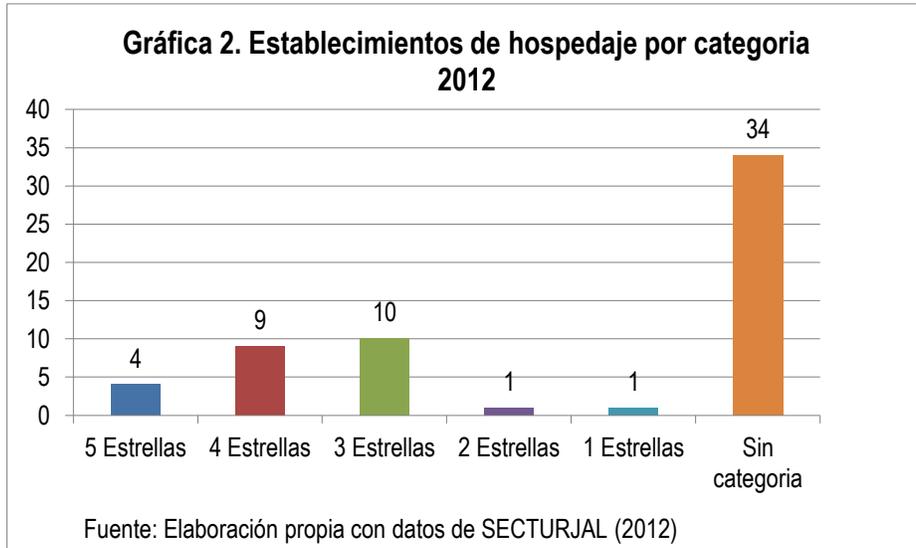
Otro segmento turístico interesante en el municipio de Tapalpa es el turismo religioso, principalmente el culto a la Virgen de la Defensa. El Director de Cultura municipal señaló la importancia de la religión para Tapalpa y, aunque no es considerado un centro propiamente religioso como San Juan de los Lagos o Talpa de Allende, señala que comparte hermandad en las imágenes religiosas. Las festividades como las que se realizan en honor de la Virgen de Guadalupe del 3 al 12 de enero, la Virgen de la Merced del 21 al 24 de septiembre y San Antonio de Padua del 11 al 13 de Julio, han favorecieron la afluencia de visitantes, principalmente de la región.

Aunque este tipo de turistas no pernocta en la zona, y por lo tanto no genera una derrama económica considerable, se podrían rescatar los rasgos religiosos como parte de los atractivos del destino. El templo de San Antonio de Padua conocido como “templo antiguo”, que data del siglo XVII y actualmente funge como museo de arte sacro; la parroquia de Nuestra Señora de Guadalupe que data de 1976 y la Capilla de la Purísima que fue construida entre 1550 y 1555 y el Templo de Nuestra Señora de la Merced que data de 1859 son activos turísticos que permitirían diversificar la oferta turística de Tapalpa.

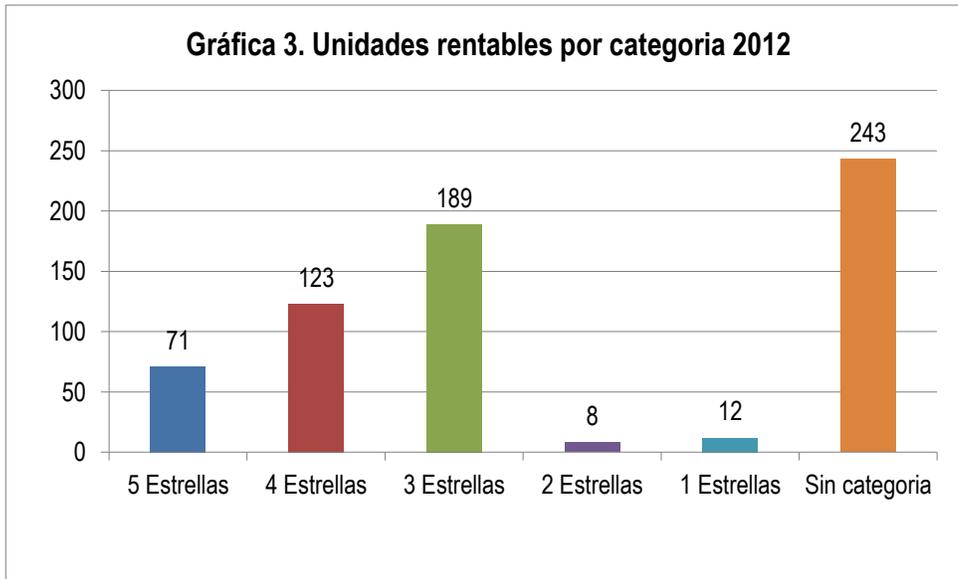
2.3. Oferta de hospedaje

Los servicios de hospedaje son los primeros que inciden en el sector turístico. Según datos de Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL, 2012) existen en el municipio de Tapalpa 59 establecimientos distribuidos en las diferentes categorías (véase Gráfica 2).

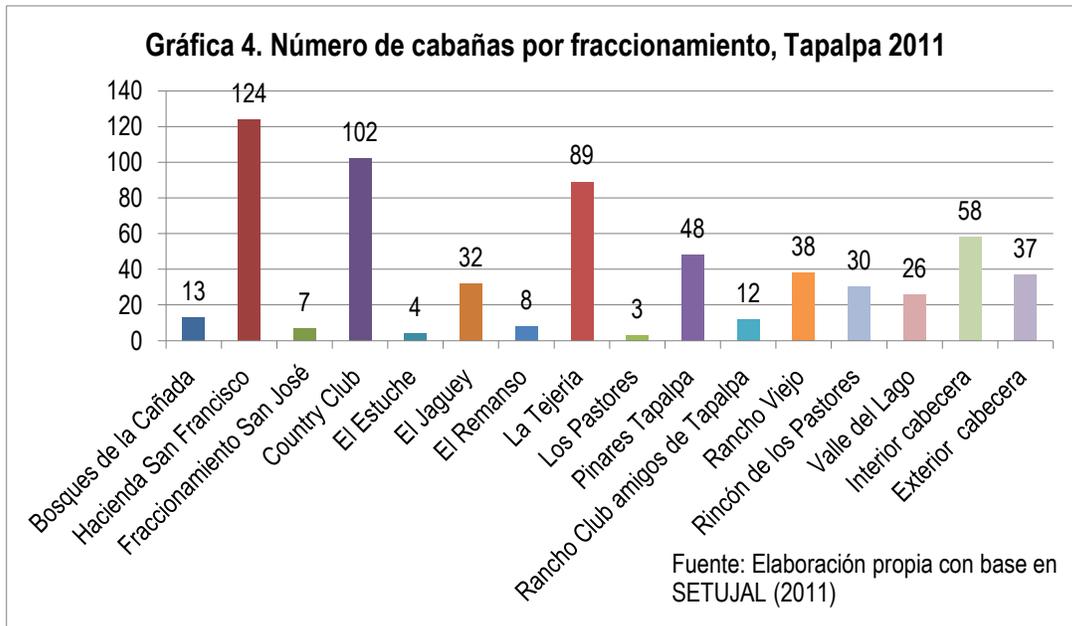
Sin embargo, el Plan Municipal de Desarrollo Turístico 2013-2018 (H. Ayuntamiento de Tapalpa- SECTUR- FIDETUR, 2013) menciona que solo hay 30 establecimientos, esto debido a que algunos no se encuentran debidamente registrados y a la falta de estandarización de metodologías que permitan obtener datos confiables.



El precio por hospedaje en Tapalpa en promedio oscila entre los \$250.00 y \$4,600.00 por habitación (H. Ayuntamiento de Tapalpa- SECTUR- FIDETUR, 2013). Respecto a las unidades rentables el Anuario (SECTURJAL, 2012) señala que existen 646 (véase Gráfica 3).



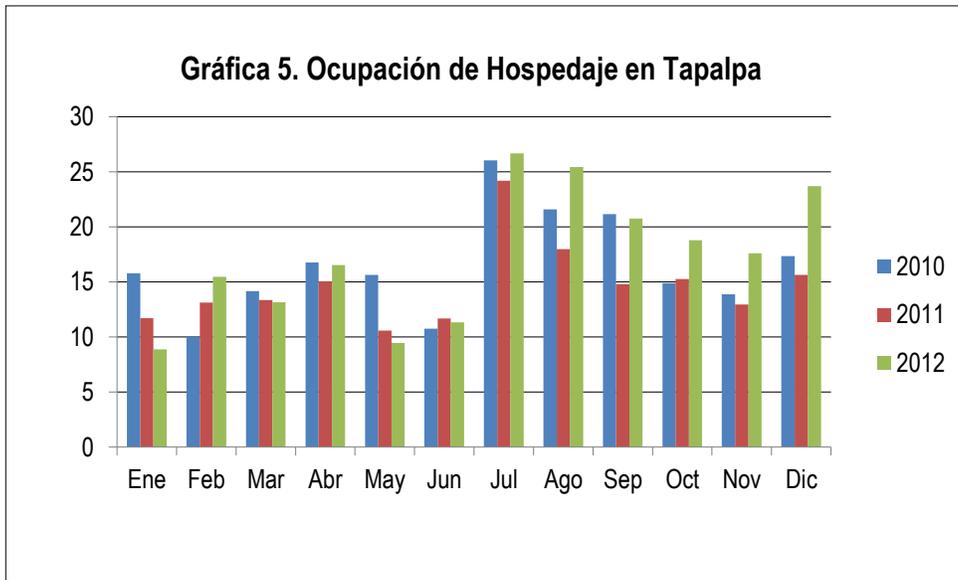
El turismo de segunda residencia es de vital importancia para Tapalpa, al ser un segmento muy fuerte y con amplio poder adquisitivo. Según datos referidos al 2011, existían en la zona 631 cabañas las cuales se ubicaban en los siguientes fraccionamientos (SECTURJAL, 2011a)



Cabe mencionar que en la actualidad se tiene aproximadamente 900 cabañas, lo que resalta el crecimiento inmobiliario de la zona debido a este tipo de turismo. Las autoridades señalan que no se cuenta con un reglamento para dichos establecimientos (H. Ayuntamiento de Tapalpa- SECTUR- FIDETUR, 2013), de no regularizar esta situación, será difícil mantener un registro actualizado del número de cabañas. El plan parcial de desarrollo fue elaborado en 1998 y únicamente considera el desarrollo del centro histórico (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 1998.), la tendencia actual del crecimiento es hacia las zonas aledañas, por lo que es necesario actualizar e incorporar la planificación de estas áreas.

2.3.1. Ocupación

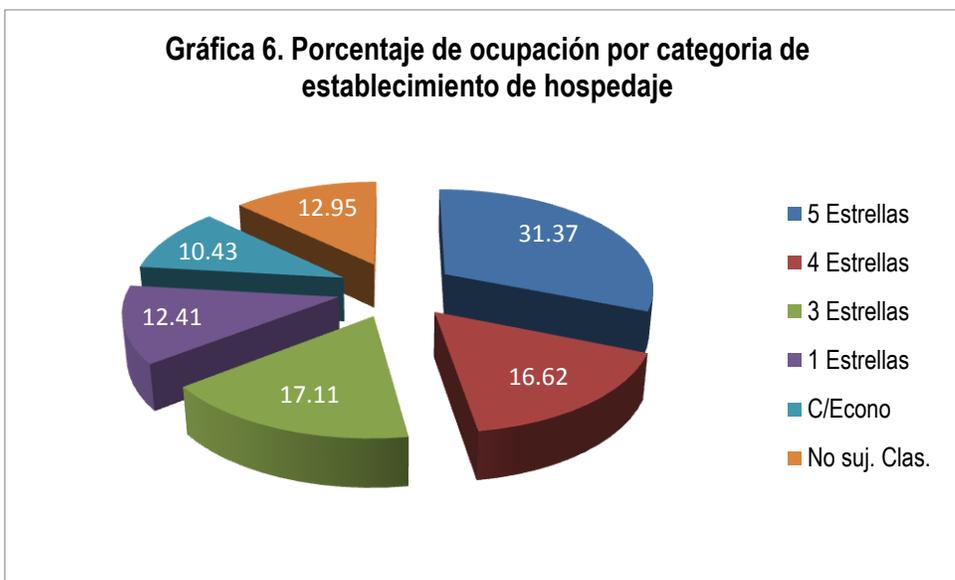
Tapalpa registró en el año 2012 una ocupación de hospedaje del 17.3%, con un incremento de 2.6 en comparación con el año anterior. Fue justamente el 2011 donde se presentó una reducción de la ocupación. Mientras que el año 2010 reportó una ocupación promedio de 16.5%. Como se analiza en el Gráfico 5, durante los meses de julio a septiembre se presenta la mayor ocupación en el municipio con valores superiores al 20%, presentando en diciembre del 2012 una mayor ocupación de 23.7%.



Como se observa en el grafico anterior, los meses de mayor afluencia corresponden a la temporada vacacional de verano y al fin de año. Aunque en el Plan Municipal de Desarrollo Turístico se identifican en orden de importancia los meses de mayor afluencia: agosto, julio, junio, abril, diciembre, y septiembre (H. Ayuntamiento de Tapalpa- SECTUR- FIDETUR, 2013). Sin embargo el porcentaje de ocupación durante todo el año se encuentra por debajo del 30%, lo que genera poca rentabilidad para los inversionistas, por lo que es necesario acciones que permitan incrementar la ocupación.

Por otra parte, en el año 2012 respecto a la categoría de los establecimientos de hospedaje, el 31.4% de los turistas se alojaron en establecimientos de cinco estrellas, seguido de los de tres estrellas con 17.1% y cuatro estrellas con 16.6%, mientras que los hoteles de categoría económica únicamente hospedaron el 10.4% de los turistas (SECTURJAL, 2012). Como se analiza anteriormente existe mayor porcentaje de establecimientos de hospedaje de categoría superior (3, 4 y 5 estrellas), lo que es un fuerte indicador de las preferencias y el poder adquisitivo de los turistas.

Gráfica 6. Porcentaje de ocupación por categoría de establecimiento de hospedaje

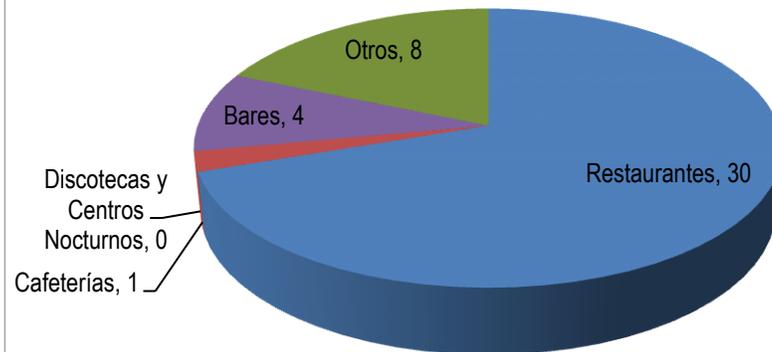


El incrementar la ocupación de Tapalpa es el principal reto, por lo cual se debe ofertar servicios complementarios o pensar en incorporar otros segmentos como el turismo de negocios, pues el destino tiene fuerte potencial y para los empresarios turísticos locales es una opción factible.

2.4. Oferta de servicios de alimentos y bebidas

En Tapalpa se contabilizan 43 establecimientos de alimentos y bebidas, de los cuales el 69% son restaurantes y fondas. También se contabilizaron cuatro bares y una cafetería, sin existir centros nocturnos y discotecas en el destino (SECTURJAL, 2012). Al respecto existen posturas contrarias, mientras algunos empresarios consideran que es necesario ofertar este tipo de servicios con alguna “disco” o “piano bar”, otros mencionan que debe mantenerse como un destino familiar y ofrecer servicios de entretenimiento propios para este segmento como galerías y museos, por lo cual es necesario consensar sobre el futuro desarrollo de Tapalpa sin salir de los lineamientos y las necesidades de los segmentos de mercado que se pretende captar.

Gráfica 7. Establecimientos de alimentos y bebidas



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTURJAL, 2012

2.5. Diferenciación del destino

Tapalpa es considerado un destino de montaña, al igual que su principal competidor: el Pueblo Mágico de Mazamitla. Las condiciones son parecidas, ambos son pueblos de montaña y recibieron el nombramiento en el 2002 y 2005, respectivamente Sin embargo, y a pesar de las similitudes que a primera vista puedan reflejarse, se trata de dos destinos totalmente distintos. Los principales actores del turismo en Tapalpa consideran que la diferencia con respecto a Mazamitla son los atractivos naturales con los que cuenta el primero.

Un factor más de diferenciación es el segmento de mercado al que se orienta cada uno. Tapalpa es enfoca hacia un turismo familiar de poder adquisitivo medio-alto, mientras que el mercado de Mazamitla son turistas jóvenes principalmente de ingresos medios hacia abajo. En comparación, el 35.7% de los turista que visitan Tapalpa tienen entre 16 a 25 años, y el 33% entre 26 a 35 años; Mazamitla presenta una distribución similar siendo mayor el rubro entre 16 a 25 años con el 36% y el 32% entre 26 a 35 años. Otro dato que cabe resaltar es que el 50% de los turistas que visitan Tapalpa son casados mientras que por el contrario 52.7% de los turistas de Mazamitla son solteros. Dato que ya señalaban los principales actores locales al mencionar que Tapalpa era un destino familiar.

Sin embargo cabe mencionar que las estadísticas de este año refieren que el 38.1% de los turistas que viajaban a Tapalpa iban acompañados de su familia, mientras que en Mazamitla el porcentaje era mayor con 61.7%. Respecto a los que viajaban con sus amigos el 35.5% de los que fueron a Tapalpa y el 28.3% a Mazamitla (SECTURJAL, 2011). Estos datos resultan contradictorios con la información proporcionada por los principales actores, sin embargo por los servicios y las condiciones de Tapalapa, en este pueblo magico se busca captar un turismo familiar a diferencia de Mazamitla que se enfoca en un turismo joven, sin que esto signifique que se deje de lado los demás segmentos como se observa en las estadísticas, ya que en ambos se tiene presencia de familias y turismo joven.

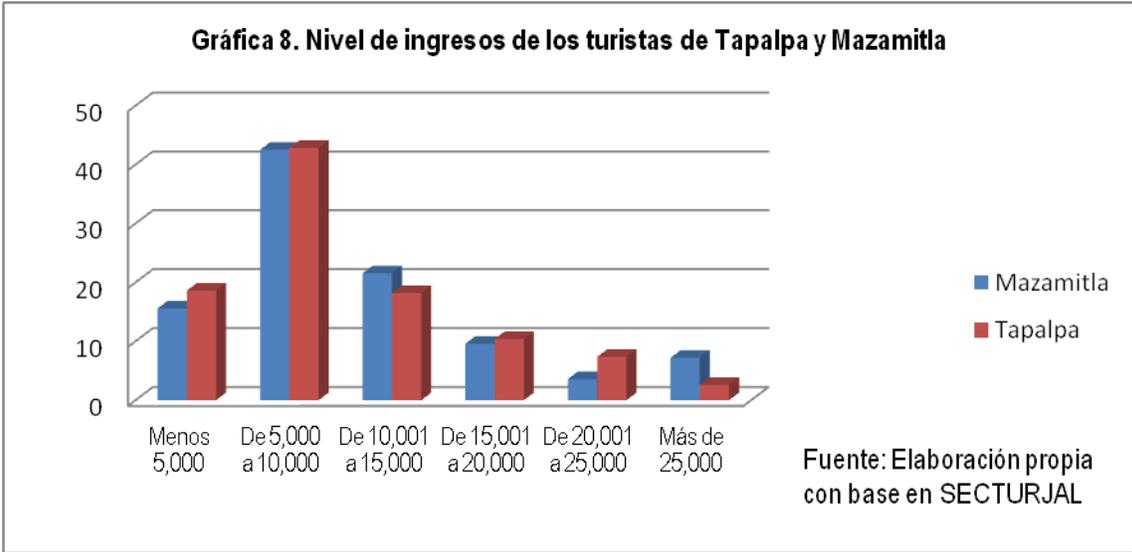
Tabla 2. Análisis comparativo entre los destinos de Tapalpa y Mazamitla			
Variable	Tapalpa	Mazamitla	
Distancia a Guadalajara	118 km.	124 km.	
Costo promedio cabañas	5 estrellas	\$1,600	\$1,200
	4 estrellas	\$1,400	\$750
	3 estrellas	\$900	\$537
	2 estrellas	\$500	N.D
	1 estrellas	N.D	N.D
Costo promedio hotel	5 estrellas	\$1,822	\$1,400
	4 estrellas	\$1,500	\$1,200
	3 estrellas	\$750	\$600
	2 estrellas	\$550	\$400
	1 estrellas	\$403	\$390
Nombramiento como Pueblo Mágico	2002	2005	
Mercado meta	Turismo familiar Nivel de ingresos medio-alto	Turismo joven Nivel socio-económico medio-medio bajo	
Turismo de segunda residencia	Es un segmento importante se calcula 900 cabañas y 400 casas	Pocos fraccionamientos para vivienda, la mayoría es para renta de cabañas	
Giros negros	NO	SI	
Fuente: Elaboración propia.			

La segmentación ha generado una diferencia en el precio y el tipo de servicios que se ofertan, siendo la tarifa una estrategia de Tapalpa para descremar su mercado. A pesar de ello, los datos oficiales señalan que la derrama económica del sector turístico en el año 2012 fue de 64 millones de pesos en Tapalpa,

mucho menor que la generada en Mazamitla que logró captar 103 millones de pesos (SECTURJAL, 2012). Un argumento que puede explicar estas contradicciones es, por una parte, la falta de información por parte de los empresarios tapalpenses; mientras que la dificultad de cuantificar estadísticamente el gasto que realiza el turismo de segunda residencia en Tapalpa dificulta obtener cifras más precisas (véase Tabla 2).

Como se analiza en la tabla anterior, los precios de Mazamitla son menores a los que se ofertan en Tapalpa, por lo que el costo segmenta el mercado. Cabe señalar que en Mazamitla también existe una competencia fuerte por quedarse con el cliente, por lo cual existe una especie de “acoso” hacia el visitante, el cual incluye una rebaja en la tarifa de los servicios, situación totalmente inexistente en Tapalpa. Las bajas tarifas en Mazamitla les presentan una fuerte problemática (H. Ayuntamiento Mazamitla, 2010); en el caso de Tapalpa existen acuerdos sobre los precios pero únicamente entre los que pertenecen al Consejo de Empresarios (CEMTTA), los demás juegan con las tarifas e incluso hay establecimientos que no están debidamente regularizados.

Por lo cual es interesante analizar los ingresos económicos de los turistas, en la grafica se analiza que en ambas regiones el ingreso familiar de los turistas es en promedio entre los 5,000 y 10,000 pesos. Mientras que los ingresos de los turistas que visitan Tapalpa son mayores en los rubros más altos, es decir los que ganan entre 15 mil y 25 mil pesos mensuales.



La ocupación de hospedaje en Tapalpa durante el año 2012 fue de 17.3%, mientras que Mazamitla en el mismo periodo tuvo un promedio anual de 27.3% (SECTURJAL, 2012). Es difícil partir de este análisis para analizar la

competencia y éxito en ambos destinos, cuando ya se ha hablado de los segmentos a los que se enfocan.

Mazamitla, oferta una discoteca y tres bares (SECTURJAL, 2012), debido a que el entretenimiento nocturno es importante para el segmento al que se enfocan, mientras que para Tapalpa la mayoría de los actores consideran que no es necesario ofertar este tipo de servicios.

Resultado del análisis anterior se concluye que no existe una competencia directa entre Tapalpa y Mazamitla. El producto turístico, así como su mercado meta está claramente definido. Con base en la información anterior es necesario establecer estrategias de promoción y comercialización diferenciadas, buscando diversificar la oferta para los mercados que cada uno de los destinos ya conoce, es decir, buscar dentro de dichos segmentos, qué tipo de atractivos y servicios se pueden ofrecer.

3. DEMANDA TURÍSTICA

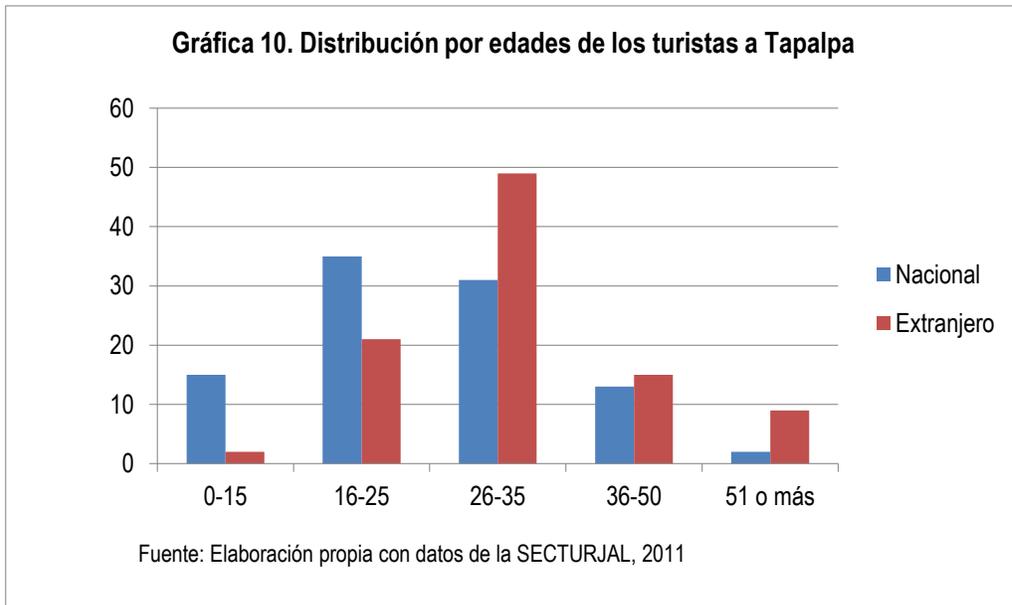
La demanda de Tapalpa es principalmente turismo familiar, visitando la zona fines de semana, puentes y temporadas vacacionales. Para entender el comportamiento del mercado es necesario analizar las características de quien visita la zona.

3.1. Perfil del visitante

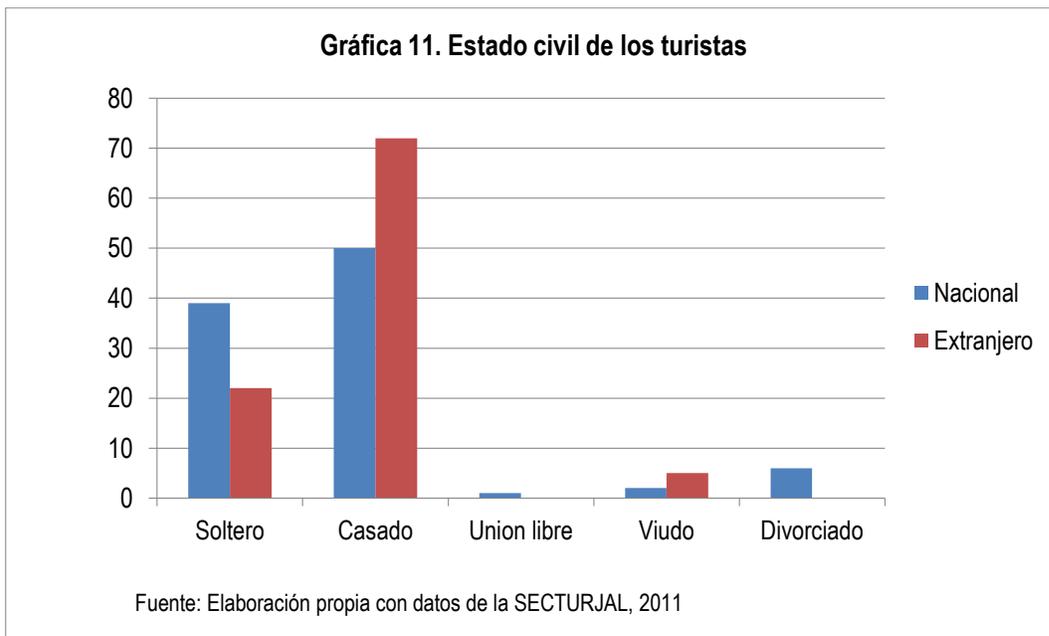
Según datos del anuario (SECTURJAL, 2011) el turismo nacional en Tapalpa es principalmente por hombres los cuales representan el 52.5%, mientras que en el turismo extranjero mantienen una distribución equitativa (50% hombres y 50% mujeres).



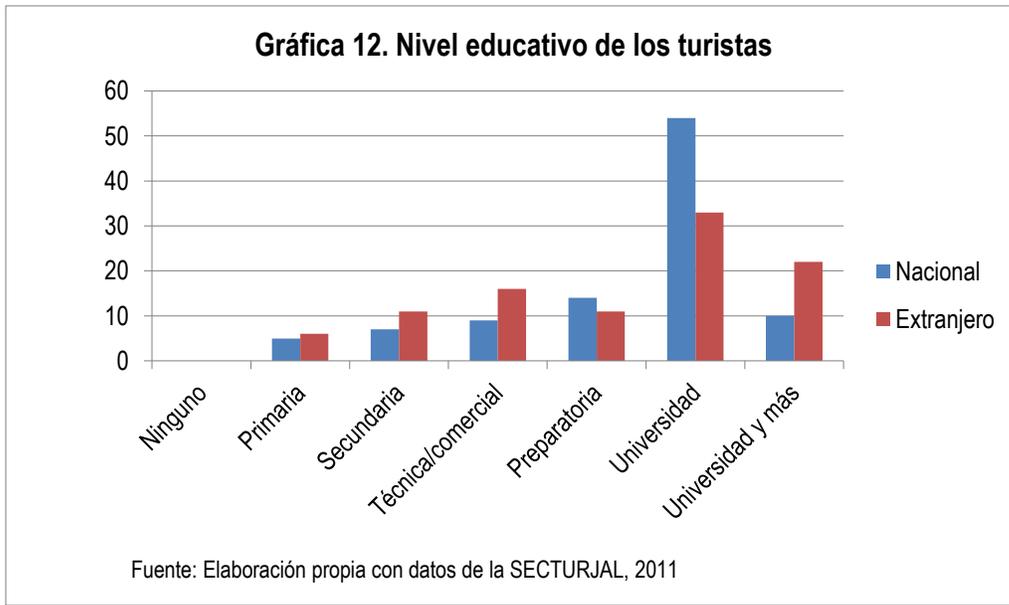
Los turistas nacionales que más visitan Tapalpa tienen principalmente entre 16 y 25 años el 35.7% y entre 26 y 35 años con el 33%. Mientras que el turista extranjero es un segmento joven que en su gran porcentaje oscila entre los 26 y 35 años, el cual representó el 50% de los visitantes que se recibieron en el año 2011 (SECTURJAL, 2011), esto se puede explicar por la afluencia que generaron los Juegos Panamericanos.



Los datos indican que los turistas nacionales que visitan Tapalpa son en su mayoría casados (50.2%), al igual que los extranjeros (70.2%). Esto indica la vocación de Tapalpa como destino familiar.



El 54.9% de los turistas nacionales estudiaron la universidad, al igual que los extranjeros en su mayoría terminaron este grado (33.3%), otro indicador del nivel socio-económico de los turistas que visitan Tapalpa.

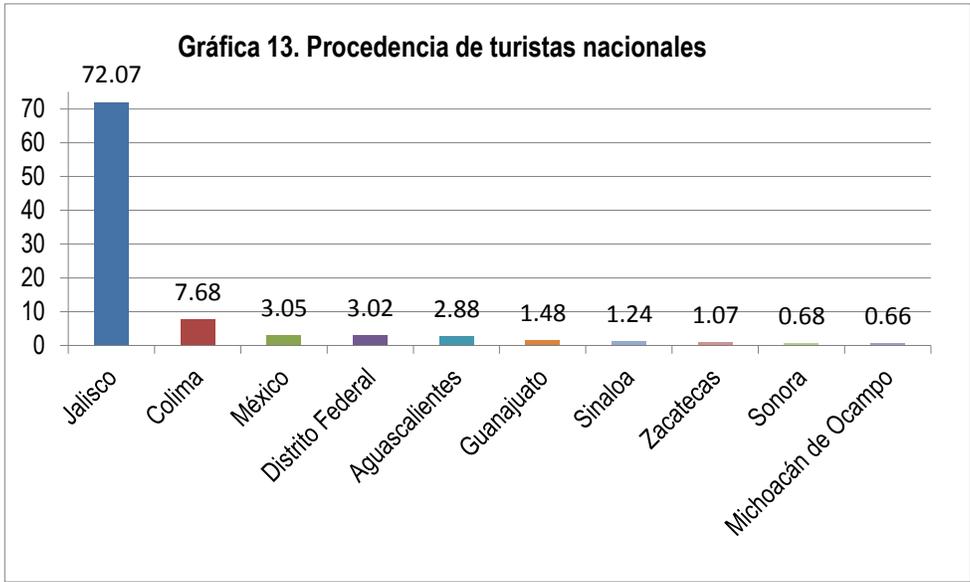


Los datos de edad, estado civil y nivel educativo confirman que el principal mercado de Tapalpa son las familias, mientras que el turista extranjero son jóvenes solteros, por lo que los servicios deben considerar cubrir las necesidades de cada uno de estos mercados. Así mismo, se corrobora el tipo de mercado turístico que atrae Tapalpa.

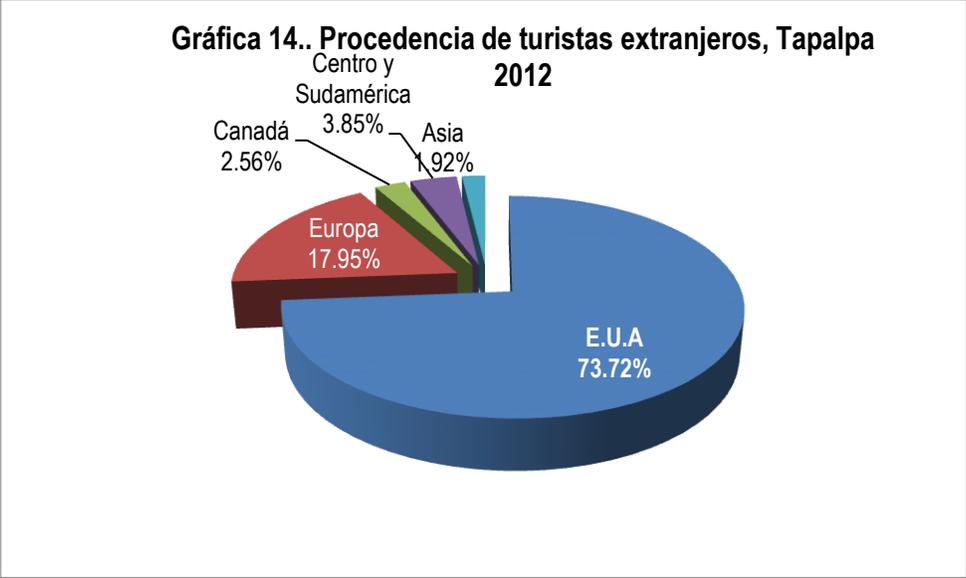
3.2. Origen del turista

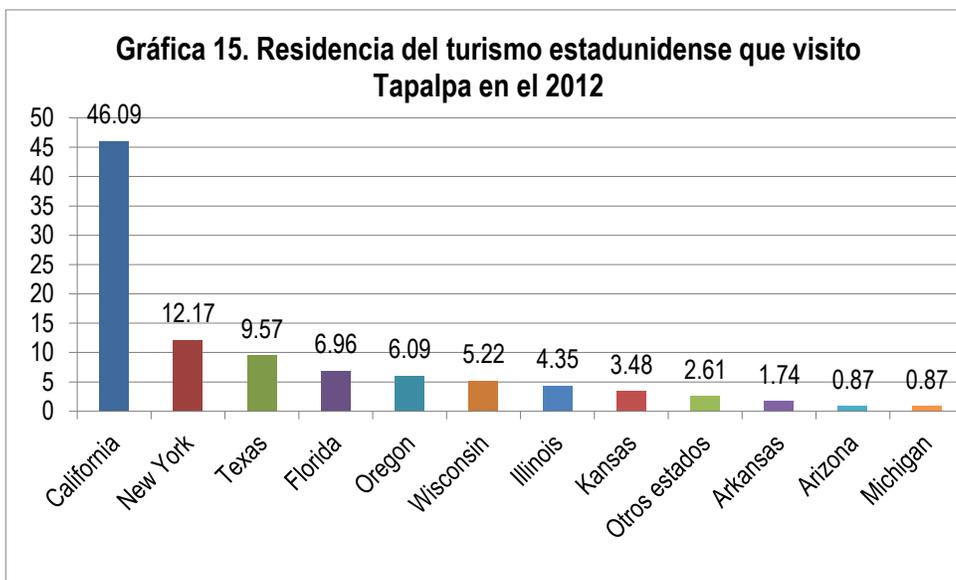
El destino de Tapalpa recibió en total 95,136 visitantes en el 2012, de los cuales 93,529 fueron visitantes nacionales (véase Gráfica 12). De ellos el 72% procedían de interior del estado Jalisco, 7.7% de Colima y el 3% del Estado de México. Es importante señalar que Colima (entidad) se ha convertido en el segundo mercado más importante para Tapalpa, debido en gran medida a que es el destino de montaña más cercano a la entidad. Es por ello que se debe trabajar en una estrategia de promoción en los principales mercados del estado vecino, como la ciudad de Colima y el puerto de Manzanillo.

Así mismo, también es un destino importante para las ciudades medias del Sur de Jalisco, como El Grullo, Autlán y Ciudad Guzmán, y en general para todos los municipios de la región.



En lo que respecta al mercado internacional, en el 2012 Tapalpa registro 1,607 visitantes, el 73.7% provinieron de Estados Unidos, 17.9% de Europa, 3.8% de Sudamérica (SECTURJAL, 2012). Cabe mencionar que el turista estadounidense que es el que visita en mayor proporción a Tapalpa, proviene principalmente de los estados de California, Nueva York y Texas (SECTURJAL, 2012).





Otro sector de estadounidenses que se menciona puede ser captado para Tapalpa, es la comunidad de jubilados que reside en la Ribera de Chapala. A este segmento le gusta viajar entre semana, que es cuando menos movimiento hay; sin embargo, Tapalpa no cuenta con la infraestructura adecuada como: rampas, accesos adecuados a los establecimientos y unidades hospitalarias de segundo contacto.

En entrevista con los principales actores locales, consideraron que la zona no se encuentra preparada para recibir una gran demanda de turistas internacionales, debido a la limitación en el idioma, lo cual fue observado durante los Juegos Panamericanos del 2011. También se mencionó la importancia del mercado de Guadalajara, el cual consideran no han cubierto en su totalidad, por lo que consideran que primero deberán cubrir el ámbito regional, antes del internacional.

3.3. Estadía promedio y gasto

El turista nacional tiene una estadía promedio de 1.8 días mientras que el extranjero de 3.1, por lo cual el turismo nacional sigue siendo de fines de semana principalmente. Esta es una de las problemáticas clave de Tapalpa, de ello que algunos establecimientos únicamente abran fines de semana y días festivos, ya que no es rentable mantener el servicio entre semana. El turista que viaja entre semana se enfrenta a la problemática de no encontrar los servicios disponibles, principalmente los de alimentos y bebidas. Entonces para que sea rentable abrir durante semana se debe incrementar la estadía y explorar otros segmentos de mercado, como el cultural y el de reuniones.

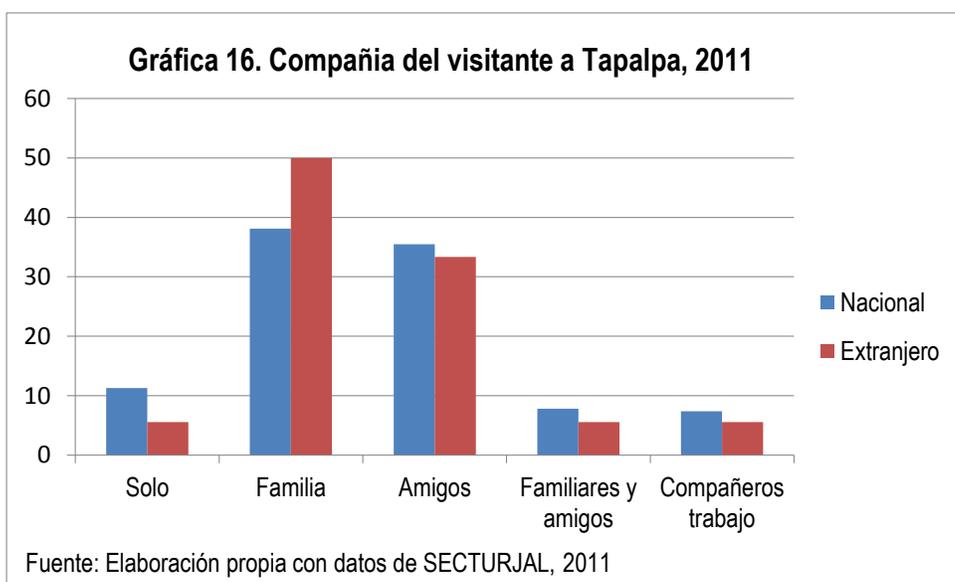
El gasto en promedio del turista en Tapalpa es de 357 pesos, cifra menor de lo que gasta en promedio en Mazamitla con 363 pesos. Este dato resulta contradictorio con lo expresado por los actores locales, pero evidencia el turismo de segunda residencia, aunque este segmento no aparece en los registros, si es una fuerte derrama para la región según lo expresado por los propios empresarios.

Los turistas nacionales gastan en promedio 357 pesos, cifra mayor que el turismo extranjero que es de 343 pesos. Sin embargo, el turista hospedado tiene un consumo mayor, el cual en promedio es de 414 pesos el nacional y 514 pesos el extranjero, debido a los precios de los servicios de hospedaje, estrategia que han seguido los empresarios con la cual buscan establecerse en un nicho de mercado de altos ingresos.

Si bien los empresarios han señalado que prefieren dedicarse a un segmento de altos ingresos, la disyuntiva de Tapalpa está regida por las leyes de mercado “vender menos a un precio más alto o vender más a un precio bajo”; la respuesta sería ¿Cuál de las dos opciones les sería realmente redituable?

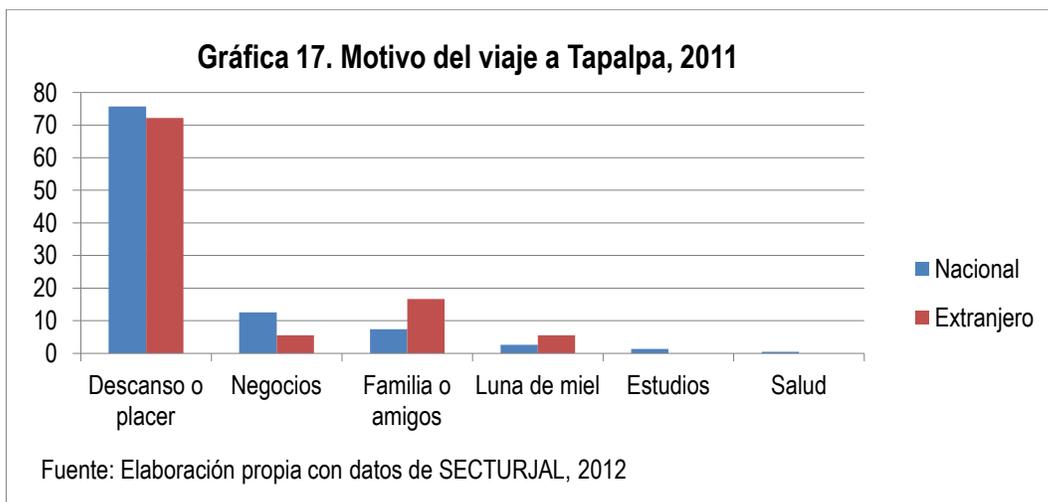
3.4. Motivación y forma de viaje

El turista tanto nacional como extranjero que visita Tapalpa, lo hace principalmente en familia, seguido por grupos de jóvenes. Una ausencia notoria, es que Tapalpa no está en el imaginario como un destino “romántico”, a diferencia de Mazamitla, por lo cual las visitas en pareja son pocas.

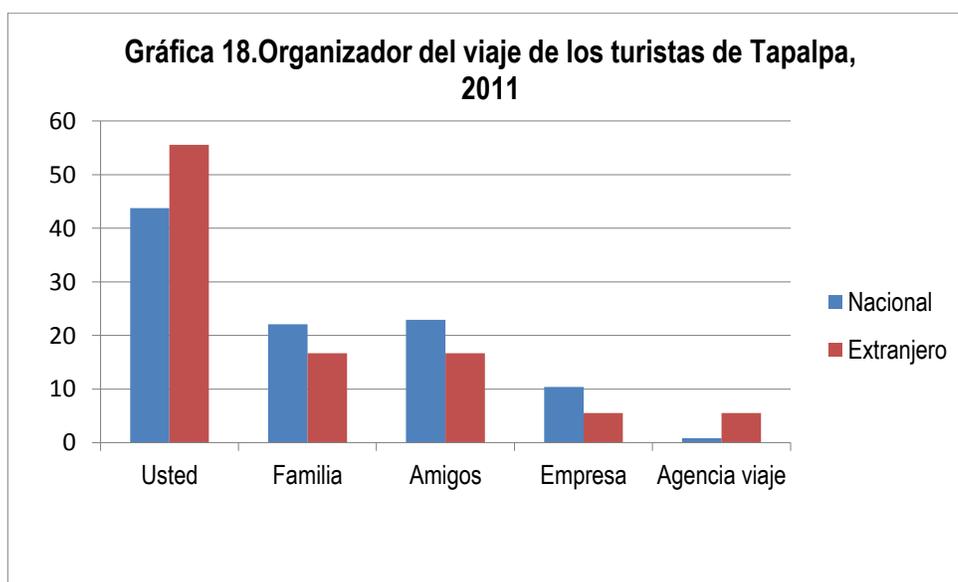


El principal motivo del viaje de los turistas nacionales y extranjeros es descanso o placer, seguido de negocios y familia y amigos, cabe mencionar que nadie

menciono los motivos de compras, congresos y convenciones, salud, deportes y religión.

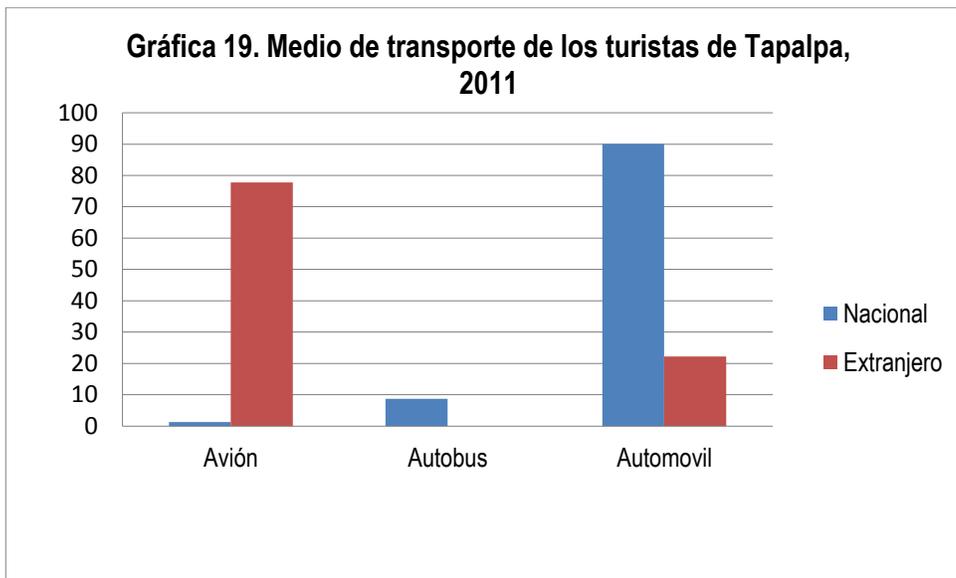


Los turistas tanto nacionales como extranjeros, organizan su viaje de forma independiente, es decir, no lo hacen por medio de agencias y tour-operadores, por lo cual la publicidad debe estar enfocada en proporcionar la información directamente al turista, como podría ser el uso de internet y redes sociales, ya que las agencias de viajes solo organizaron el 0.9% de los viajes nacionales y el 5.6% de los internacionales (véase Gráfica 17).



El 90% de los turistas nacionales llegan en automóvil y únicamente el 8.7% lo hacen en autobús, un indicador más del nivel de ingresos del turista que viaja a Tapalpa. Cabe mencionar que solo se tiene una línea de transporte con catorce salidas Guadalajara-Tapalpa y viceversa, sin embargo ninguna es directa, por

lo que el tiempo estimado de transportación es de tres horas y representa una debilidad para el destino.



Respecto a los turistas extranjeros el 77.8% llegan en avión provenientes del aeropuerto de Guadalajara, y posteriormente se desplazan en automóvil.

4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Tapalpa ofrece una serie de servicios complementarios para satisfacer las necesidades de la demanda, sin embargo falta una adecuada promoción y entender la dinámica de los segmentos de mercado para identificar las necesidades prioritarias que falta por atender.

4.1. Guías de turista

Según los datos del anuario estadístico en Tapalpa (SECTURJAL, 2012) únicamente se tiene registrado un guía de turistas, sin embargo no hay información disponible de quien es o donde se pudiera localizar. Tapalpa Hoteles en su página oferta tres tipos de recorridos por Tuza Tours²:

- Recorrido 1: Tours por el pueblo, visitando templos, pilas y leyendas de las mismas (Duración aproximada dos horas).
- Recorrido 2: Presa el Nogal, Country Club, y los vestigios de la fábrica de papel, las Piedrotas y valle de los Enigmas (Duración aproximada cuatro a cinco horas).
- Recorrido 3: Nacimientos de agua de la comunidad de Atacco, y Hospital de Indios, El Salto del Nogal, La taberna” de ojo de Agua o el taller de alfarería en la comunidad de Rosa de Castilla (Duración aproximada cinco horas).

La empresa Colores de Tapalpa también oferta recorridos guiados a los lugares más importantes de Tapalpa, por ejemplo La Cascada del Salto del Nogal y El valle de Las Piedrotas, así como traslados privados Guadalajara–Tapalpa, con el servicio de guía turístico. Estos recorridos atienden a grupos de 12 y 18 personas.

Falta ofertar este tipo de servicios que le permitan al turista conocer la amplia gama de atractivos culturales y naturales, porque a pesar de la existencia de una buena oferta de atractivos, la gran mayoría de estos pasan desapercibidos por el desconocimiento, de ello que la función del guía de turista puede ser primordial. Además falta incorporar recorridos guiados por el centro histórico, tanto diurnos y nocturnos, buscando incrementar la estancia de los turistas.

² Recuperado de:
http://www.tapalpahoteles.com.mx/cab.php?referencia=10&tabla=col_izquierda

4.2. Operadores locales

A nivel local existen operadores turísticos que agrupan servicios de hospedaje, alimentos y convenios con algunos parques:

CEMTTA

Es el Consejo de Empresarios Turísticos de Tapalpa, actualmente es presidido por Sergio Zamora. Según información de su portal es un grupo de veinte empresarios fundado en el 2005. Agrupa hoteles, restaurantes, spa, parque, salones de eventos. Cuentan con página de internet (www.turismotapalpa.com) donde se puede localizar a los servicios afiliados y no tiene presencia en redes sociales. Desde la página no se puede hacer reservaciones pero hace enlaces con los negocios de los miembros afiliados.

Colores de Tapalpa

Ofrece diferentes servicios con paquetes especializados para cada segmento de mercado, por lo que se vende como un turismo de experiencia. En su página (<http://www.colorestapalpa.mx/>) se ofertan los servicios, actividades de ecoturismo, aventura, empresas y eventos, así como camionetas de traslado. También tiene presencia en las redes sociales (Facebook: Colores Tapalpa y *Twitter*: @ColoresTapalpa y en <http://www.flickr.com/photos/colorestapalpa>) donde publica constantemente promociones y fotografías de los principales atractivos. Desde la página no se puede reservar pero cuenta con un número 01-800, e información de cada de los establecimientos participantes. Cuenta con una oficina ubicada en el centro histórico.

Tapalpa Hoteles

Esta página de internet (<http://www.tapalpahoteles.com.mx>) ofrece información de los principales hoteles, atractivos, eventos y mapas de Tapalpa. En redes sociales manejan un perfil con este nombre pero no como página si no como una persona. Ellos también manejan otra página especializada en la renta de cabañas (<http://www.tapalpacabanacom>), donde se puede encontrar la misma información además de publicidad de Ekopark. Esta página publica un *check list* de actividades a desarrollar en Tapalpa.

Tuza Tours

En alianza con Tapalpa Hoteles ofrece los recorridos guiados de los cuales es responsable José de Jesús Ruiz quien también es Director de Cultura.

4.3. Eventos

Como estrategia para captar mayor turismo, los empresarios y autoridades han desarrollado diferentes eventos que permiten mantener la afluencia en temporadas que no son identificadas como altas. Sin embargo, aunque existen festivales con una amplia trayectoria, algunos otros carecen de publicidad o no han con la presencia que esperaban.

Festival de vuelo libre, circuito nacional de parapente

Este evento se realiza en el parque La Ceja en conjunto con el municipio de Amacueca. Con fecha variable, en el 2014 se realizó en el mes de enero, principios de febrero, mientras que el año anterior fue durante el mes de marzo. En la página del parque³ la información no se encuentra actualizada.

Equinoccio Tapalpa

Es un evento que se realiza desde el año 2011, en la comunidad de Atacco, que consiste en la ceremonia de cambio de estación de invierno-primavera, presentando una diversidad de actividades tanto para los habitantes como para los visitantes. Es un evento realizado por la Dirección de Cultura de Atacco.

Semana cultural

Con fecha variable este evento se realiza entre los meses de abril a mayo. La edición 2013 se llevó a cabo en la semana de pascua del el 31 de marzo al 6 de abril, ofreciendo a los turistas una diversidad de eventos y exhibición de artesanías.

Festival de Cine de Tapalpa

La primera edición de este festival se llevó a cabo durante el mes de mayo del 2013 (<http://www.tapalpafestivaldecine.com.mx/festival.html>).

XTERRA México Tapalpa Global Tour

Es un evento de triatlón a campo traviesa que se realiza en la piedrotas durante el mes de agosto.

³ Recuperado de: <http://aventuraslaceja.com/es/eventos/>

Festival de La Luna

Este evento se lleva a cabo en el mes de octubre con una serie de eventos culturales. La edición pasada se realizó del 18 al 20 de octubre del 2013.

4.4. Campos de golf

En el Country Club se tiene un campo de golf de nueve hoyos, que incluye una zona de prácticas, y un circuito de ciclismo de montaña. Actualmente se encuentra descuidado y aunque el Hotel Misión lo oferta como parte del resort, cuando se pregunta al respecto señalan que campo pertenece al condominio.

4.5. Servicios bancarios

En Tapalpa solo se encuentran establecidas una sucursal de la banca comercial; sin embargo, se tienen identificados tres cajeros automáticos de las instituciones *Santander*, *Banorte* y *Banco Multiva*. Por otro lado, es importante señalar que buena parte de los establecimientos cuentan con terminal bancaria, por lo que es posible hacer pagos con tarjeta en la mayoría de los negocios.

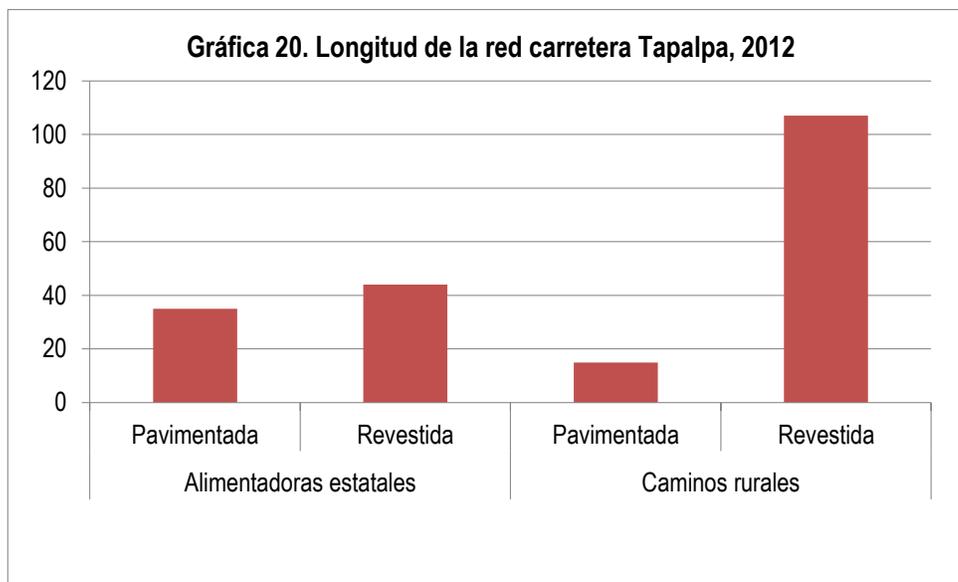
5. INFRAESTRUCTURA

La infraestructura es un factor determinante para el desarrollo turístico de un lugar. Tanto la infraestructura básica como la turística definen el nivel de competitividad de un destino turístico, por lo que en este apartado se expone el estado de la infraestructura del Pueblo Mágico de Tapalpa.

5.1. Accesibilidad

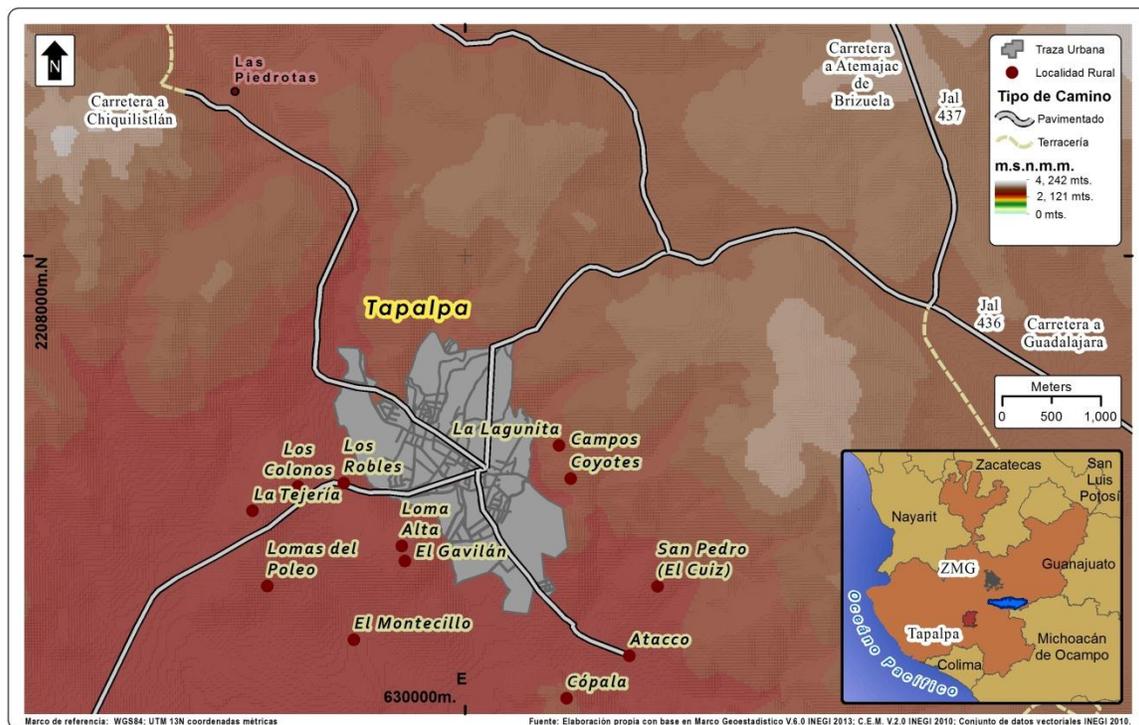
Tapalpa cuenta con una comunicación adecuada, sobre todo hacia sus principales mercados como lo son el interior de Jalisco (72%), principalmente Guadalajara; y el vecino estado de Colima (7.7%) (SECTURJAL, 2012).

En los datos del Anuario (INEGI, 2012) referido a diciembre del 2011, se tenía en el municipio un total de 202 kilómetros de la red carretera, de los cuales la mayoría seguían siendo caminos rurales revestidos.



Para llegar de Guadalajara a Tapalpa, se tienen dos rutas. La primera, es por la autopista 54 con rumbo a Colima, posteriormente se toma la carretera estatal 417 a la izquierda se toma la desviación con rumbo a Tapalpa. Este trayecto tiene una distancia de 118 kilómetros, con una duración aproximada de una hora cuarenta minutos. La otra forma de llegar es mediante la carretera libre a Colima vía Atemajac de Brizuela. Saliendo de Guadalajara, se desvía hacia Acatlán de Juárez, después en Catarina esta la salida hacia la derecha con rumbo hacia Atemajac, se sigue por la carretera, pasando por Atemajac, Juanacatlán y la Frontera. En el caso de Colima también se tiene dos accesos, por la autopista 54 y la carretera a San Gabriel. Este trayecto tiene una

distancia aproximada de 141 km, en un tiempo estimado de una hora cincuenta y seis minutos (véase Mapa 3).



Mapa 3. Comunicación terrestre de Tapalpa.

Cabe mencionar que la carretera a Guadalajara vía Atemajac es de dos carriles sin acotamiento y en algunas zonas presenta baches; aunque se observaron trabajos de re-encarpetamiento asfáltico, que si bien no son la solución, si mitigan eventualmente los problemas de la vía. Así mismo, la vía que conduce a Tapalpa desde el cruce con la autopista a Colima presenta la misma problemática respecto a la condición de la vía (véase Imagen 2). En este sentido, los empresarios turísticos de Tapalpa han mencionado que mejorar y ampliar esta carretera a 12 metros, es decir dos carriles con acotamiento, tendría que ser un proyecto prioritario para elevar la competitividad de Tapalpa.

El estado de las carreteras que conducen a Tapalpa requieren de una atención prioritaria, pues no sólo transitan vehículos convencionales; también lo hacen camiones de carga pesada que trasladan la producción agrícola y minera del municipio. Si bien esta problemática requiere de una pronta atención, también se debe considerar su posible ampliación, pues esto podría ocasionar o precipitar la masificación del destino, como ocurrió en Mazamitla. Dado el perfil del visitante, el estado de las vías de comunicación, más que una debilidad, ha representado una barrera que ha impedido la masificación turística de Tapalpa.

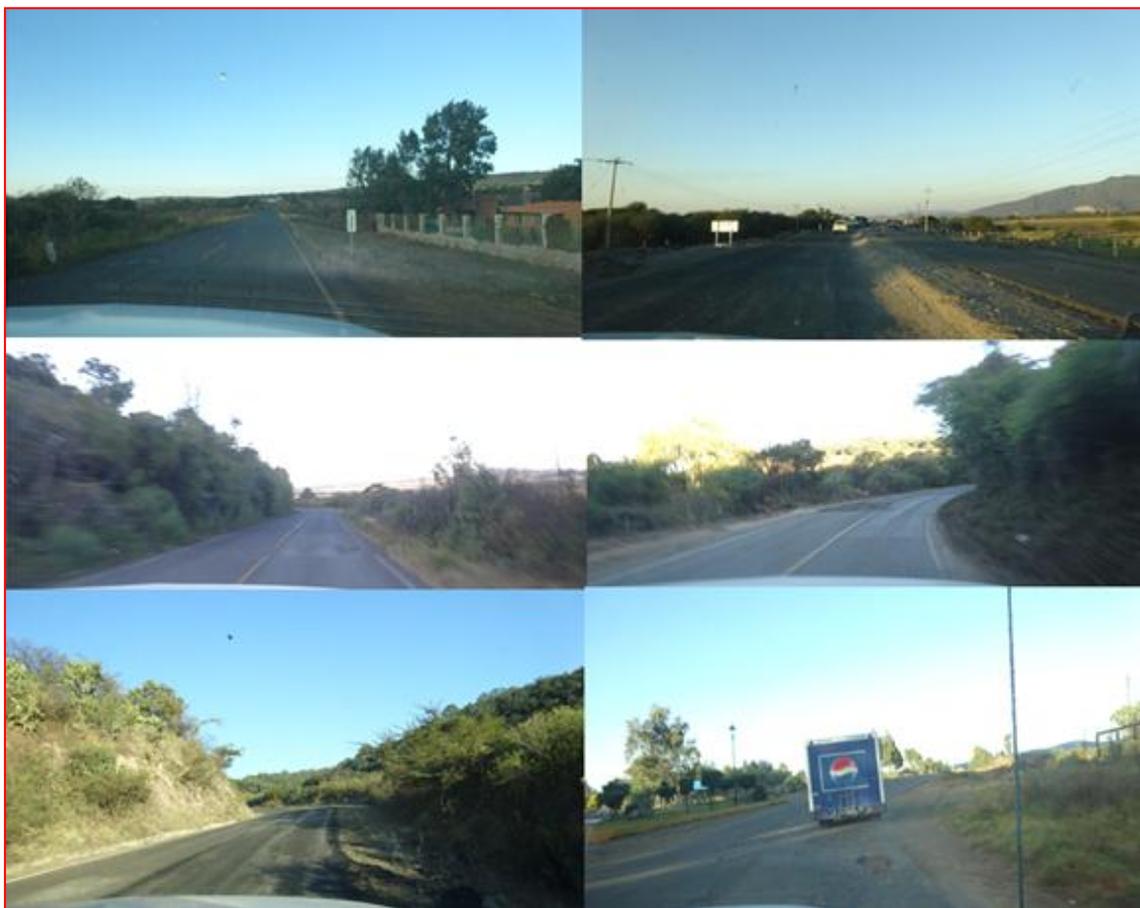


Imagen 2. Estado de las principales carreteras a Tapalpa, 2013.

Tapalpa se encuentra en la ruta que va de Guadalajara hacia la costas de Jalisco y Colima, por lo que la conexión terrestre con Tapalpa ayudaría a articular esta zona de alto potencial turístico. Al respecto, según datos proporcionados por transparencia al primer trimestre del 2013, se tenía un avance del 20.4% del proyecto de modernización del camino rural: Sayula-Tapalpa-San Gabriel-Minatitlán (Colima); tramo: Sayula-Punta de Agua Tapalpa, con una longitud total de 36.3 Kilómetros (SHCP, 2013), por lo que es urgente la culminación de dicha vía que permita una mejor integración de la región, así como la mejora en la conectividad de Tapalpa en lo particular.

5.2. Transportación terrestre

En Tapalpa se cuenta con una pequeña central camionera donde operan los servicios de Autotransportes del Sur. Esta se ubica a espaldas de centro histórico, y no cuenta con un patio de maniobras, lo que ocasiona conflicto vial en las calles aledañas, Al igual que la falta de estacionamiento y el paso de los camiones por las calles angostas (SEDEUR, s.f.), son fuertes problemáticas, por lo que reordenar las viales facilitaría el acceso y comunicación de la central.

Desde la central operan diariamente diez salidas vía Zacoalco de Torres con destino a Guadalajara y dos salidas por vía Atemajac; ambas con destino a la Antigua Central de Autobuses de Guadalajara; además de dos salidas más con destino a la Central Nueva. También se tienen cuatro horarios con destino a Ciudad Guzmán y Sayula. En entrevista en la central de autobuses, señalaron que ofrecen conexión de Ciudad Guzmán a Colima, pero debido a la desconfianza de los tiempos de llegada, los visitantes prefieren no adquirir el transbordo.

Existe una fuerte problemática por el tiempo invertido en el transporte terrestre, ya que el autobús realiza diferentes paradas en cada localidad, es decir, “ranchea”. Al respecto Ramón Villalvazo señaló la importancia de tener rutas directas entre Tapalpa y Guadalajara, lo cual favorecería una mejora en la experiencia del turista que se traslada por este medio; sin embargo, hasta el momento solo existe una corrida directa los días domingo con horario de salida 5:10. Es necesario identificar las rutas con mayor aforo y establecer la factibilidad de ofrecer este tipo de servicio. Cabe mencionar que solo el 8.7% de los turistas viajan en autobús hacia Tapalpa, quizás por ello a la empresa no le ha sido costeable establecer las rutas directas o en sentido contrario, algunos turistas no acuden a Tapalpa por la baja calidad del transporte terrestre.

5.3. Movilidad

La movilidad en Tapalpa se puede abordar desde dos aristas: la de que tiene con la dinámica local y la que tiene que ver exclusivamente con la movilidad de los turistas. Respecto a la primera, Tapalpa presenta una problemática que dificulta el tránsito en la localidad. Dada la fisionomía urbana del poblado, las calles no son aptas para el tránsito de todo tipo de vehículos (Ej.: camiones repartidores, camiones de carga, etc.), que a pesar de ellos transitan por el lugar. Aunado a ello, no existen pares viales que mitiguen los problemas de movilidad dentro de Tapalpa, y se carece de un libramiento que desahogaría del tránsito pesado a la cabecera municipal.

Con respecto a la movilidad para el turista, se puede mencionar que la accesibilidad a los diferentes atractivos sigue estando limitada, por la falta de conexión y las condiciones de los caminos. La Piedrotas y la Fábrica de Papel se ubican por la carretera a Chiquilistlán, la cual es un camino revestido de dos carriles, mientras que el camino a la Presa del Nogal, se encuentra en malas condiciones y con una deficiente señalética. Las cascadas enfrentan una problemática mayor debido a que el acceso es por brecha de terracería y no hay señalización adecuada.

Tampoco existe servicio de transportación hacia los atractivos, únicamente la tour-operadora “Colores de Tapalpa” ofrece la renta de camioneta de pasajeros con guía. Además que solo se cuenta con un sitio de taxis F/122, ubicado a un costado de la central de autobuses con seis unidades (SEDEUR, s.f.). Si bien la mayoría de los turistas llegan en automóvil propio (90.4% nacionales), es necesario considerar la accesibilidad y transportación a los atractivos.

El principal problema que presenta Tapalpa en cuestión de movilidad es el excesivo parque vehicular que se registra con la llegada de turistas y visitantes, sobre todo los fines de semana, días en que trasladarse desde la entrada de Guadalajara hasta el centro resulta bastante complicado. Sería conveniente buscar mecanismos que desahoguen el tránsito de vehículos por las calles del centro de Tapalpa, como por ejemplo un estacionamiento en las cercanías.

Para finalizar, es importante aclarar que no existe un sistema de transporte público local, que permita la movilidad adecuada de la población local que habita en la cabecera municipal y en el resto de las localidades. De igual forma, este tipo de transporte podría contribuir a mejorar las opciones de transporte para los turistas que no viajan en automóvil.

5.4. Servicios médicos

La vocación de Tapalpa como un destino de aventura, que ofrece deportes extremos, requiere de una adecuada infraestructura hospitalaria que no sólo atienda las necesidades de la población local, sino que también sirva para atender cualquier emergencia que algún turista llegue a requerir. Sin embargo, el municipio presenta un rezago en la materia.

El municipio de Tapalpa cuenta con tres centros de salud, ubicados en Tapalpa, Atacco y Juanacatlán. Además de tener cuatro módulos de salud rural y treinta casas de salud (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 2012). Datos referidos a diciembre del 2011, indican que en la zona se tenía un personal de veinticuatro médicos (INEGI, 2012). Por el número de habitantes, Tapalpa no califica para

un hospital de segundo contacto; sin embargo, los principales actores coinciden en la importancia de contar este servicio, tanto para la atención de los turistas como de los locales.

Para ofrecer una solución a esta problemática, se ha planteado como una solución más factible la habilitación de un helipuerto que permita traslados de emergencias médicas; no obstante, se ha manifestado por parte de algunos actores, que esta propuesta no abona a la solución, pues en Tapalpa existen infinidad de lugares en donde puede aterrizar un helicóptero; por el contrario si es de vital importancia contar con servicios médicos de segundo contacto.

En la planeación de desarrollo turístico se ha considerado atraer otros segmentos de mercado, inclusive el de tercera edad y pensionados de segunda residencia, como fue el caso de Ajijic; por lo cual es necesario para Tapalpa contar con servicios hospitalarios que permitan garantizar la adecuada atención médica para la población local y, por ende, para los turistas.

5.5. Señalética

Uno de los apoyos que Tapalpa ha obtenido como parte del nombramiento de Pueblo Mágico, fue la homogenización de la señalética. Según datos referidos al año 2013 se invirtieron 526,176 pesos para la instalación de señalética turística en el municipio (SEPLAN, 2013). A pesar de estas acciones, la señalética turística, vial y carretera sigue presentando deficiencias (véase Imagen 3). Dentro de los atractivos y más aún en los recursos que no están ofertados como tal, no existe señalización alguna (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 2013).

Según datos referidos al 2009, sobre la opinión de los turistas respecto a los servicios públicos, el 27% de los turistas nacionales indicaron que la señalética era regular, mientras que para los internacionales 50% indico regular y el 50% mala (SECTURJAL, 2011). Debido a las acciones de la mejora continua en este rubro, en el 2011 se observó que la respuesta de los turistas nacionales fue positiva, solo 6% indicaron que la señalización era regular y 6.5% mala; mientras que 28.6% de los extranjeros indicaron que seguía siendo mala.

Esto resultados indican que falta adecuar la señalética a los turistas extranjeros, ya que como se observó durante las justas panamericanas, Tapalpa no está preparado para recibir turistas internacionales.



Imagen 3. Estado actual de la señalética en Tapalpa.



Imagen 4. Nomenclatura de las calles de Tapalpa.

6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Tapalpa se promociona y comercializa principalmente por las páginas de internet, ya que son los propios turistas los que organizan su viaje (SECTURJAL, 2011). La mayoría de los hoteles cuentan con página propia y algunos han incorporado su presencia en las redes sociales. De los veintiocho hoteles inventariados la Dirección de Turismo municipal, diez de ellos cuentan con página propia. Seis de las empresas de cabañas cuentan con su portal y las demás se agrupan con el operador local (www.tapalpacabanass.com).

6.1. Campañas de promoción

Una parte central de los destinos turísticos es la promoción. Lograr una penetración de mercado y un alcance eficiente de las campañas de promoción y publicidad es parte importante del éxito de los destinos. Al respecto, distintos actores del turismo en Tapalpa han señalado que la promoción para el destino no ha sido la suficiente, por lo tanto es un renglón pendiente a resolver.

Independientemente de las campañas de promoción institucionales, han surgido iniciativas en redes sociales y medios electrónicos que han tenido gran éxito, y que no han requerido de mucho presupuesto, como las siguientes:

- **Tapalpeando** (<http://tapalpeando.com/>, **facebook: #Tapalpeando** y **twitter: @Tapalpeando**): Surge como una iniciativa de promoción, cuenta con veinticinco hoteles afiliados, treinta y nueve cabañas y treinta y tres establecimientos de alimentos y bebidas. En la página ofrece información de atractivos y ofertas mediante las redes sociales.
- **App Pueblos Mágicos**: Para los teléfonos inteligentes y tablets existe la aplicación “Pueblos Mágicos”, la cual se descarga App Store de Apple o a Google Play. Es compatible con iOS y Android. Para el caso de Tapalpa, la aplicación solo ofrece tres fotografías, no hay imágenes de los principales atractivos y solo describe de manera muy general las fiestas y sitios de interés.

En alianza estratégica, los hoteles Misión y la marca Jeep lanzaron la campaña “Puebloando con Misión y mi Jepp”, en la cual se oferta el destino de Tapalpa. En la página se puede leer acerca de los principales atractivos y festividades del municipio, así como la gastronomía, aunque el programa inicial era ofrecer rutas de transportación, para llegar al hotel manejando, en el portal de internet no hay nada al respecto (<http://hotelesmision.com/puebloando-con-mision>).

Los pueblos mágicos están teniendo un fuerte auge en el crecimiento turístico, incluso la revista Vogue⁴, publicó un artículo respecto de los viajes a los pueblos mágicos sin dejar de lado moda y el estilo; aunque la nota no menciona Tapalpa, lo cierto es que el turismo va muy enfocado en este segmento de mercado.

Existen además otros portales por los cuales se le da publicidad a la zona:

- **Tapalpa Turístico (<http://www.tapalpaturistico.com>):** Es el portal oficial de la Secretaría de Turismo, ofrece información general de Tapalpa, de los atractivos y los servicios.
- **Tapalpa Travel (<http://www.tapalpa.travel>):** Es una página donde se ofertan cabañas, hoteles, restaurantes, actividades y atractivos además que enlaza con la oferta de cabañas en Mazamitla.
- **Pueblos de México (<http://pueblosmexico.com.mx>):** tiene una ficha donde se habla exclusivamente de Tapalpa y se mencionan los principales atractivos, fiestas y actividades.
- **Tapalpa Cabañas (<http://www.tapalpa.mx>):** es un portal donde se ofertan cabañas y venta de terrenos, tiene enlace directo con el portal turístico de Mazamitla.
- **Visita México (<http://www.visitmexico.com>):** tiene un apartado donde se habla de los principales atractivos de Tapalpa se ofrece información de cómo llegar a la zona y los itinerarios, esta página permite hacer reservaciones.
- **Jalisco sucede dentro de ti (capturaportal.jalisco.gob.mx):** este portal pertenece a la Secretaría de Turismo, ofrece información relevante sobre los atractivos del municipio. Cuenta con sesenta y cuatro establecimientos de hospedaje registrados, treinta y dos de alimentos y bebidas. La página presenta algunos problemas ya que ciertas ligas están caídas.
- **México desconocido (<http://www.mexicodesconocido.com.mx>):** esta página menciona los principales, atractivos, la gastronomía y se puede leer la columna de Homero Adame Martínez “Un fin de semana en Tapalpa”.

⁴ www.vogue.mx/articulos/destinos-de-fin-de-semana-pueblos-magicos-en-mexico/3064

Es importante indicar que la amplia cantidad de páginas web que promocionan al destino de Tapalpa puede confundir al turista, porque incluso la información puede variar de una fuente a otra. En tal caso, es recomendable que se pueda llegar a un consenso entre los actores, y poder lanzar una sola página y cuentas e redes sociales, en donde se aporte información útil y completa a los visitantes; además de que se pueda dar respuesta rápida y oportuna ante las dudas que pueda tener una persona.

6.2. Comercialización del destino

La comercialización del destino se realiza principalmente por medios electrónicos, sobre todo a través de operadoras que trabajan bajo dicha plataforma, como:

- *Booking* (<http://www.booking.com/>): ofrece reservaciones para nueve establecimientos de hospedaje.
- *Bestday* (<http://www.bestday.com.mx/>): solo oferta un hotel.
- *Tripadvisor México* (<http://www.tripadvisor.com.mx/>): oferta quince hoteles y once restaurantes, además de información sobre los principales atractivos, estado del tiempo, vuelos.
- *Pricetravel* (<http://www.pricetravel.com.mx/>): únicamente ofrece dos hoteles en Tapalpa.
- *Travelocity* (<http://www.travelocity.com.mx/>): ofrece un solo hotel.
- *Tapalpa Hoteles* (<http://www.tapalpahoteles.com.mx/>): ofrece información de dieciséis hoteles y eventos en Tapalpa.
- *Zona turística* (<http://www.zonaturistica.com.mx/hoteles-en/226/tapalpa-jalisco.html>) información de veintisiete hoteles, precios, servicios y reservaciones.
- *Tapalpa Cabañas* (<http://www.tapalpacabanass.com/>): ofrece información de treinta y dos cabañas, atractivos, eventos y mapas.

Los turistas utilizan en menor porcentaje las agencias de viaje tradicionales, solamente el 0.9% de los nacionales y el 5.6% de los extranjeros señaló que su viaje lo organizó una agencia.

Otra forma de comercialización son los parques de turismo de aventura, los cuales se tienen en la zona, seis parques y que además ofertan cabañas y servicios de camping:

- **Bosque alto (www.facebook.com/bosque.altotapalpa):** la información proporcionada es escasa y no cuentan con página propia. En la red social solo se observan algunas fotos del bosque y del campeonato de ciclismo.
- **Los frailes (<http://www.tapalpalosfrailes.com.mx/>):** ofrece servicios de tirolesa, rappel, escalada y campamentos. Cuenta con oficina en el centro histórico de Tapalpa. Esta página no cuenta con enlaces a otros servicios.
- **Ekopark (www.ekopark.com.mx):** ofrece *canopy*, tirolesa, escalada, rappel, gotcha, senderismo. Este parque ofrece paquetes para empresas y escuelas los cuales representan su principal mercado, pertenece al CEMTTA. Tiene oficinas en el centro histórico de Tapalpa y en Guadalajara.
- **La Mexicana (<http://www.bosquelamexicana.com>):** Ofrece actividades extremas, además de observación sideral y actividades de cañonismo. Ofrece paquetes para empresas, escuelas y grupos de integración. Desde su página se enlaza a Colores de Tapalpa.
- **Monte Real Aventuras (<http://www.monterealtapalpa.com>):** ofrece tirolesa, escalada en roca, lunadas, teambulding y visitas guiadas. Además cuenta con cabañas, salón y jardín de eventos dentro del área.
- **La Ceja (<http://aventuraslaceja.com/es/>):** Ofrece vuelo Libre en Parapente, *downhill* en bicicleta de montaña y escalada en roca. En este parque se realiza el festival de parapente. Cuenta con cabañas y restaurante.

También en la zona se ofertan los vuelos en parapente y recorridos por parte de algunos hoteles.

- **Tapalpa Vuela Parapente:** Escuela de vuelo certificada por la ANPYP (Asociación Nacional de Papalotes y Parapentes) y la FEMEDA

(Federación Mexicana de Aeronáutica), donde ofrecen además vuelos *tandem*, es decir recorridos con instructor.

http://www.tapalpavuelaparapente.com/vuelos_tandem.html

- Vuelo en tandem:
- **Discovery Tapalpa Adventures Camp:** Como parte de los servicios que ofrece el Hotel Boutique Las piedritas, que se ubica en Camino al poleo, La Presa No 3; están las actividades de este campamento en las cuales se ofrece tirolesa, renta de kayak, paseos en lancha y caballos, gotcha, pista de *off road* y zona de camping.

<http://sistemainterno.com/web/laspiedritas/discovery-tapalpa-adventure-camp/>

6.3. Mercados potenciales

Al analizar el perfil de la demanda que visita Tapalpa se identificó que el mayor porcentaje de los turistas tienen entre 16 y 35 años, primordialmente son casados, con estudios universitarios y acostumbran viajar acompañados de sus familiares o amigos. Respecto a los ingresos, Tapalpa se enfoca en turistas de ingresos medio-altos. La información obtenida de los anuarios estadísticos oficiales es coincidente con lo que manifestaban los principales actores locales, al señalar que es un destino de naturaleza familiar. Sin embargo, existe una fuerte problemática debido a la estacionalidad de la demanda, la cual visita la región fines de semana y puentes vacacionales, teniendo baja afluencia de lunes a jueves. De igual forma la pernocta es baja y el gasto promedio es reducido. Estas situaciones se traducen en una reducida rentabilidad de los negocios, siendo poco atractivo para nuevas inversiones.

Para disminuir la estacionalidad de la demanda es necesario identificar otros segmentos de mercado en los cuales se podría enfocar Tapalpa. Es importante señalar que este destino, por sí solo, no podrá atraer nuevos mercados nacionales e internacionales. Para que sea atractivo necesita integrarse a un producto turístico regional, donde se aproveche el potencial tanto natural como cultural y se integre a las demás localidades en la dinámica turística. Esto permitiría incrementar la pernocta, atraer turistas en temporada baja y aumentar la derrama. Pero para lograr tales efectos primero se debe identificar

las particularidades de cada uno de los mercados para así diseñar estrategias para promover el destino, por lo que se recomienda explorar en los siguientes segmentos.

6.3.1. Turismo cultural

De acuerdo con el Anuario Estadístico de Turismo del año 2011, el 16.4% de los turistas nacionales sugieren que es necesario contar con recorridos turísticos que les permitan conocer los atractivos del municipio de Tapalpa. Mientras que el 15.4% de los extranjeros refieren la importancia de los eventos culturales. Es decir, la cultura si es una fuerte motivación para los turistas, pero al preguntarles qué fue lo que más les gustó, se observa que los rubros referentes a la cultura mantienen índices bajos, por lo que no se ha sabido aprovechar la riqueza cultural del destino dentro de los atractivos turísticos.

Los prestadores de servicio muestran un fuerte interés por atraer al segmento de turismo cultural, ya que Tapalpa tiene un gran capital cultural e histórico que puede ser aprovechado para fortalecer esta actividad. Lugares emblemáticos como la Hacienda de la Media Luna, las iglesias o el patrimonio industrial permitirían diversificar la oferta turística cultural y que hasta hoy se concentra únicamente en el centro histórico. Este nicho de mercado haría que el turismo se diversificara hacia otras localidades y se consolidara aprovechando productos como “La Ruta Rulfiana”.

- Los principales mercados emisores de turismo cultural a nivel nacional son el Distrito Federal con 29%, Jalisco con 27% y Guanajuato con 6%. (SECTUR-CESTUR, 2006), los cuales no obstante que ya visitan el destino, se tendrían que reforzar con la integración de otros atractivos y recorridos culturales.
- Este tipo de turistas viajan en familia, lo cual es compatible con el perfil turístico de Tapalpa.
- Es un turista que tiene un poder adquisitivo promedio entre 6,500 y 12,999 pesos mensuales; por lo cual si les representaría una derrama para la región debido a que tienen una estancia de 3 a 4 días y utilizan los servicios de hospedaje (SECTUR-CESTUR, 2006), con lo que se beneficiaría fuertemente al municipio.
- También se podría diversificar los mercados, atrayendo turistas extranjeros interesados en la cultura. Si bien es menor el porcentaje de estos que llega a Tapalpa, existe un fuerte interés por parte de ellos por los eventos culturales.

Con estos antecedentes se recomienda trabajar sobre los siguientes esquemas:

- Integrar recorridos donde se favorezca el conocimiento de los atractivos culturales.
- Integrar atractivos a la oferta cultural, que no son aprovechados como los cascos de las fábricas y la casa de la cultura en la localidad de Atacco.
- Promover el municipio de Tapalpa dentro de la Ruta Rulfiana.
- Favorecer el turismo religioso al integrar la ruta con la localidad de Juanacatlán, por la tradición de la Virgen de la Defensa.
- Generar una feria gastronómica y artesanal.
- Rescate de fotografía histórica y exposición.
- Impulsar el talento y la participación local en los eventos culturales.
- Dar continuidad a los eventos como la feria de cine, el equinoccio de primavera y el festival de la luna, con los cuales se proyectaría al municipio dentro de las actividades culturales.

El segmento de turismo cultural permitiría incrementar la estancia, al integrar atractivos y recorridos culturales a la oferta de Tapalpa, lo cual, a su vez, aumentaría la derrama económica en la región.

6.3.2. Ecoturismo

El principal motivo por el que turista visita Tapalpa son los atractivos naturales, ya que para el 25.4% de los turistas nacionales, lo que más le gustó en su estancia fue justamente los bosques, los paisajes y la naturaleza en general; mientras que para los turistas extranjeros, el porcentaje sobre el mismo rubro se incrementó al 46.4% (SECTURJAL, 2011).

En el municipio se cuenta con fuertes atractivos como las cascadas y el bosque, algunos de los cuales no cuentan con la promoción adecuada y los turistas desconocen de la existencia de estos. La falta de miradores paisajísticos y la accesibilidad complican que el turista pueda visitarlo y por lo tanto este carece de actividades durante su visita. Por lo cual es necesario integrar los atractivos a rutas que le permitan al turista disfrutar de ellos.

- Los principales emisores nacionales de turistas cuya motivación es el ecoturismo son el Distrito Federal con 28% y Jalisco con el 20%. En estos mercados ya se encuentra posicionado el destino, pero habría que considerar incorporar a los estados cercanos como Colima o Michoacán.
- El 47% de los turistas viaja comúnmente en familia, por lo cual es compatible con los lineamientos de Tapalpa.
- La estancia en promedio es de 7 a 10 noches con un 29% y los turistas prefieren hacer uso de hoteles. Lo que permitiría incrementar la pernocta en la zona.
- Este segmento mantiene un alto poder adquisitivo con aproximadamente 40 mil pesos mensuales, lo cual representa una oportunidad para Tapalpa, pues existe una oferta de servicios de calidad.
- Según el 33.8% de estos turistas, prefieren la observación de ecosistemas. Esta situación es muy favorable para Tapalpa, pues se podría incluir a la oferta turística del destino otros atractivos como el Parque Nacional Nevado de Colima, la Peña Rajada y la Piedra Balanceada (SECTUR-CESTUR, 2006a).

Para poder atraer este segmento de mercado, motivados por la observación de ecosistemas, se debe trabajar en el municipio en:

- La creación de miradores paisajísticos.
- La integración de rutas ecoturísticas y senderos interpretativos.
- La capacitación de guías de turistas especializados, especialmente en actividades de ecoturismo.
- La rehabilitación del canal del río, para integrarlo como atractivo turístico.

La experiencia ha demostrado que los turistas cuya motivación es el ecoturismo tienen un fuerte poder adquisitivo, por lo que de atraer este segmento de mercado incrementaría la derrama económica del sector; lo cual, a su vez, no sólo favorecería la integración de otras comunidades a la dinámica turística, sino también diversificaría esta actividad que se encuentra fuertemente concentrada en el centro histórico.

6.3.3. Turismo de reuniones

El municipio de Tapalpa tiene una capacidad de 59 establecimientos de hospedaje y de 646 unidades rentables. De estos, solo algunos hoteles ofertan espacios, de tamaño reducido, para la realización de eventos, tales como:

- *Hotel Misión Tapalpa Contry Club*, dos salones con capacidad máxima de 100 y 25 personas cada uno.
- *Cabañas Monte Real Tapalpa*, salón con capacidad para 180 personas, y área en el bosque para 250 personas.
- *San Bernardo Hotel y Spa*, salón para 24 personas.
- *Casona de Manzano*, salón de juntas para 35 personas.
- *Hotel Las Piedritas*, área verde de 3 mil metros cuadrados para eventos sociales.
- *Rancho Monterralo*, salón multiusos para 100 personas y centro de negocios.
- *Hotel La Casona*, dos salones de juntas de 22 y 48 personas respectivamente.
- *Posada Real Tapalpa*, salón de juntas para 60 personas.
- *San Francisco Resort Campestre*, salón de usos múltiples con capacidad para 150 personas.

Tapalpa es llamativo para atraer congresos y convenciones, no sólo por los atractivos turísticos que ofrece, sino también por la cercanía que tiene con la ciudad de Guadalajara. Si bien algunos hoteles ofrecen instalaciones para el turismo de reuniones, lo cierto es que estos no tienen el espacio suficiente para atender eventos de mayor tamaño, ni las condiciones adecuadas. No obstante, este segmento de turismo es factible para el municipio de Tapalpa, debido a que:

- En Tapalpa, el 12.6% de los turistas nacionales viajan por negocios, mientras que el 5.6% de los extranjeros lo hace por esta misma motivación (SECTURJAL, 2011). Sin embargo, el aprovechamiento turístico de este nicho de mercado, implica para el destino ofrecer una gama de servicios más especializados que satisfaga las necesidades de esta modalidad de turismo.

- Según datos de SECTUR-CESTUR (2011), el principal tipo de reuniones son corporativos, seguido de congresos y convenciones, eventos en estadios, museos o universidades y viajes de incentivos.
- En la zona se ofertan seis parques de aventura donde uno de los principales atractivos son las actividades de integración o *team building*.
- Contar con un espacio de un tamaño propicio podría atraer eventos de mayor magnitud y reconocimiento.
- A nivel nacional se estima que el gasto por este tipo de turismo representó un poco más de 18 mil millones de dólares, de los cuales el 28% es derivado de la organización del evento, el 58% del gasto de los participantes y el 14% de los gastos directos.

Considerando los aspectos anteriores, se propone realizar las siguientes acciones para atraer el segmento de turismo de reuniones:

- Desarrollar un centro de congresos y convenciones que respete el estilo arquitectónico local, que tome en cuenta la capacidad de hospedaje existente.
- Incentivar la inversión privada y pública para dotar de un centro de congresos y convenciones en el destino. Sin duda, el turismo de reuniones no sólo reduciría la tan marcada estacionalidad de Tapalpa, al atraer visitantes en los días de menor afluencia, sino también incrementaría la rentabilidad de las inversiones turísticas en el municipio.
- Promocionar el destino como un espacio para la organización de eventos empresariales y reuniones nacionales e internacionales.
- Favorecer redes de trabajo entre los hoteles y los parques de aventura existentes en la región, con la finalidad de organizar eventos, de todo tipo, que permitan incrementar la ocupación hotelera.

6.3.4. Turismo de aventura

Por las condiciones naturales, en Tapalpa se han realizado actividades de ciclismo de montaña, cañonismo, kayak y vuelo en parapente, siendo sede de la competencia de vuelo libre en parapente. A pesar de ello, la región no es identificada como un destino de turismo de aventura.

Según datos del Anuario Estadístico de Turismo 2011, los atractivos que más visitan los turistas en Tapalpa son, en este orden: Las Piedrotas, El Salto del Nogal, La Presa el Nogal, Piedra Bola, Cascada el Molino, Piedra Blanceada, Eko Park y Los Frailes. Por tanto, se puede concluir que el turismo de aventura es importante para este destino.

- Dentro de estas actividades el 87.3% prefieren actividades acuáticas, 10.1% en tierra y 2.7% en aire. Es decir en Tapalpa se podrían desarrollar todo este tipo de actividades.
- La edad en promedio de los turistas es entre 25 a 45 años (66%) que corresponde a la edad de los que comúnmente visitan Tapalpa.
- Este segmento tiene una estadía en promedio de 4 a 6 noches, por lo cual sería importante crear paquetes donde se oferten los servicios de hospedaje e incrementar la estadía en la localidad.
- Tienen un gasto promedio de 6,838 pesos, lo cual representa la posibilidad de aumentar la derrama de este tipo de turistas (SECTUR-CESTUR, 2008).

Con el propósito de posicionar el destino en este segmento de mercado, es importante y necesario desarrollar las siguientes acciones:

- Integrar recorridos de turismo de aventura, que favorezcan el acceso a otros atractivos que actualmente el turista desconoce o visita en menor medida.
- Incentivar la capacitación de guías especializados, especialmente en actividades de turismo de aventura.
- Favorecer la organización de eventos como el vuelo en parapente y los campeonatos de ciclismo. Además, conservar la sede de eventos, como el Triatlón de Xterra Global *Tour*, ya que éste le permite al destino una proyección tanto a nivel nacional como internacional.
- Crear el Paseo del Río, realizando actividades de kayak y recorridos en lancha a través del canal, lo cual permitiría contar con otro atractivo más en el municipio.
- Facilitar actividades de turismo de aventura en la Presa El Nogal.
- Promover actividades de escalada, cañonismo y rappel en los atractivos del municipio que no han sido aprovechados como atractivos turísticos.

Los turistas que viajan por motivos de aventura tienen un fuerte gasto y una mayor estadía, por lo que consolidar esta modalidad de turismo en el municipio

requerirá integrar otros atractivos que no han sido aprovechados en esta actividad relacionada con el ocio.

6.3.5. Turismo de tercera edad

Existe una fuerte tendencia para favorecer la prestación de servicios para un segmento de la tercera edad. Sin embargo, la fisionomía urbana de Tapalpa impide que el destino resulte atractivo para este segmento; menos del 10% del total de los turistas que actualmente visitan la región tienen más de 51 años. Si se mejorara la infraestructura de Tapalpa mediante rampas, vehículos especiales y, lo más importante, si se construye un hospital de segundo contacto, Tapalpa sería de gran interés para las personas de la tercera edad. Como antecedente, se han recibido grupos de canadienses y estadounidenses retirados que residen en la Ribera de Chapala.

- Según la CESTUR (2002), el turismo de retirados considera a toda persona mayor de 60 años, auto-válido y que recibe una pensión directa o como beneficiario, que actualmente viaja o cuenta con la capacidad para viajar y pernoctar en un destino turístico.
- En este segmento los retirados nacionales tiene una participación del 1%, mientras que los internacionales aportan el 6.2%.
- Como parte de las estrategias de promoción, la Secretaria de Turismo realiza recorridos gratuitos a Tapalpa de adultos mayores, con el objeto de motivar el viaje de este segmento de mercado.
- El 22.2% de los turistas extranjeros que ya visitan Tapalpa son jubilados (SECTURJAL, 2011).
- El clima, la seguridad y la tranquilidad del destino, son los motivos que más atraen a los turistas de la tercera edad, y son también algunos factores por los cuales se le identifica a Tapalpa.
- Según la revista Forbes de México (Pineda, 2014), Guadalajara y los Pueblos Mágicos de Jalisco han buscado captar el mercado de los *baby boomers*, principalmente los que provienen de Estados Unidos. Bajo el lema “Live it to believe it” (“Vivirlo para contarlo”), buscan crear turismo vivencial en dichas lugares.
- Se estima que llegarán a Jalisco 200 mil jubilados de Estados Unidos y Canadá, cuyo gasto promedio supone una derrama económica para la entidad de al menos 300 millones de dólares mensuales (El Economista, 2010).

Considerando lo anterior, es necesario que Tapalpa se aboque a:

- Integrar una estrategia para atraer turistas de tercera edad que residen en Chapala, Ajijic y Puerto Vallarta.
- Adecuar las instalaciones de los hoteles y restaurantes para este segmento de mercado y que Tapalpa sea un destino incluyente.
- Gestionar la instalación de servicios médicos en la localidad.
- Facilitar actividades turísticas específicas para el turismo de tercera edad. Cabe señalar que la atracción de este segmento de turismo a Tapalpa se podría promover mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con otras localidades de Jalisco. Si bien existen campañas para incentivar este tipo de turismo, falta una mayor promoción del destino con la finalidad de verse beneficiado de la derrama económica.

6.3.6. Turismo cinegético

El turismo cinegético se considera como la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos, localidades o áreas donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural. En Tapalpa existe una fuerte problemática por la realización de este tipo de actividades de manera ilegal, por lo cual si se plantea atraer este segmento, debe estar fundamentado en una práctica sustentable, con las condiciones adecuadas para su realización.

- Este segmento hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre (SECTUR-CESTUR, s.f.).
- En Tapalpa se creó un desarrollo ecológico denominado Rancho Mazatl, que permitía la caza deportiva, sin embargo este proyecto no logró concretarse.
- La derrama total del mercado de turismo durante el periodo 2001-2002 fue de 140 a 155 millones de dólares.
- La mayoría de los turistas cinegéticos nacionales provienen de grandes y medianas ciudades, principalmente del Norte del país (52.7%), siendo el principal segmento el que radica en Nuevo León, seguido de Coahuila, Tamaulipas, El Bajío y Colima.
- En el estado de Jalisco se tienen 35 Unidades de Manejo Ambiental (UMAS) para la cacería deportiva, de las cuales el rancho de Tapalpa fue de los más avanzados (OEM, 2009).
- En Reynosa Tamaulipas, según datos de Milenio (2014), durante la pasada temporada de caza se incrementó la afluencia turística de

cacería en 25% y se generó una derrama de 11 millones de pesos. En Tapalpa se lograrían estas cifras, introduciendo el destino en este segmento de mercado.

Por lo tanto es necesario desarrollar las siguientes actividades para favorecer este tipo de turismo:

- Facilitar la creación de unidades de manejo ambiental que permitan el desarrollo sustentable de las especies mediante el turismo cinegético en la localidad.
- Incentivar proyectos que permitan la realización de actividades cinegéticas en Tapalpa.
- Promocionar el destino para la realización de este tipo de actividades.

El turismo cinegético es una actividad de reciente creación en el municipio; por la fuerte derrama económica que conlleva, sería factible enfocarse a atraer este tipo de turismo. Si bien hay un antecedente al respecto, es necesario planificar y respetar los lineamientos del desarrollo sustentable para el desenvolvimiento de esta modalidad.

Después de analizar los mercados potenciales para Tapalpa, es preciso señalar que el éxito dependerá en la capacidad que se tenga para atraer otros mercados y diversificar la actividad turística, así como para reconvertir al destino a fin de que logre contrarrestar la estacionalidad de la demanda y dejar de ser identificado como un destino de fines de semana.

7. GESTIÓN DEL DESTINO

La participación de los actores locales en la gestión del turismo es muy importante, ya que, son ellos quienes establecen las estrategias de desarrollo de esta actividad. Para que el proceso sea eficaz, tanto el sector público, el sector privado y la sociedad civil son quienes deben crear productos, organizar, coordinar y controlar todo lo referente a este sector.

7.1. Gestión desde el gobierno municipal

En el caso específico de Tapalpa, el sector público está representado por la Dirección de Turismo y el gobierno municipal. A la par y debido a la importancia del destino, por estar inscrito en el programa Pueblos Mágicos, el nivel estatal y federal también incide en la gestión turística del destino.

En el contexto local, el rol del Ayuntamiento de Tapalpa durante los últimos años ha sido de facilitador en términos de logística y recursos financieros. Por medio de una estrategia de apoyo para el desarrollo de eventos y la coordinación con organizaciones civiles y empresariales, el gobierno local ha impulsado el desarrollo turístico. Por otra parte, la Dirección de Turismo municipal está enfocada solamente a proporcionar información turística, así como recolectar estadísticos de algunos negocios del sector turístico.

7.2. Asociaciones y organismos empresariales

Otro actor importante en la gestión turística de Tapalpa ha sido el Comité de Pueblos Mágicos, el cual juega un papel esencial en la gestión y aplicación de los recursos que el programa ha asignado desde que la localidad obtuvo esta denominación. Algunas de las funciones de este comité es proponer los proyectos en los que se invertirán los recursos asignados por el programa (véase Tabla 3); además ha desarrollado acciones en conjunto con el ayuntamiento para incentivar la creación de empresas locales turísticas y el fomento de inversiones en el municipio en general.

Este comité se integra por representantes del gobierno municipal, de SECTURJAL, inversionistas, empresarios y personalidades de la sociedad civil de Tapalpa.

Tabla 3. Inversión realizada en Tapalpa por el programa Pueblos Mágicos 2005-2013

	Año									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Federal	1'500,000	D	2'000,000	3'320,500	6'500,000	10'000,000	6'650,000	2'375,000	2'000,000	41'345,500
Estatad	1'500,000	D	2'000,000	3'320,500	6'500,000	10'000,000	6'650,000	2'375,000	2'000,000	41'345,500
Municipal	1'500,000	D	2'000,000	2'000,000	NP	2'000,000	1'350,000	NP	NP	15'850,000
Total	4'500,000	D	6'000,000	8'640,00	13'000,000	22'000,000	14'650,000	4'750,000	4'000,000	98'541,000

Fuente. Elaboración propia con base en información de SECTURJAL, 2013.
 NP- No participó D - Declinó a los recursos

A través de este programa se han invertido en la localidad de Tapalpa más de noventa y ocho millones de pesos, inversión que se ha visto reflejada específicamente en la mejora de la imagen urbana, como la instalación del cableado subterráneo, arreglo de calles y banquetas e instalación de señalética turística.

Por su parte, el Fideicomiso de Turismo para los municipios del Interior del Estado (FIDETUR), es el encargado de administrar el impuesto al 3% sobre hospedaje que se recauda en la región conformada, entre otros, por los municipios de Amacueca, Acatlán de Juárez, Atemajac de Brizuela, etc. Por cada peso que este organismo aporta, el gobierno estatal contribuye con otro tanto. Dichos recursos son destinados a proyectos de infraestructura turística para la región de la Sierra de Tapalpa, y a la promoción. No obstante, existe una discrepancia entre las cantidades que cada municipio aporta al fideicomiso; por ejemplo, mientras que Tapalpa tiene la mayor oferta de hospedaje (28 hoteles al 2014), Atemajac de Brizuela sólo tiene registrado un establecimiento de hospedaje.

Por parte del sector empresarial, se conformó el Consejo de Empresarios Turísticos de Tapalpa (CEMTTA). Esta organización se constituyó en el año 2005 y está compuesta por 26 empresarios: restauranteros, hoteleros y de servicios ecoturísticos. Sus principales intereses son la promoción turística, la conservación del destino dentro del segmento de mercado de visitantes de clase media y media-alta, así como el crecimiento ordenado del municipio.

El Consejo de Promoción y Fomento Turístico (COPROFOTUR), es un órgano creado por la Secretaría de Turismo del Estado que integra a los sectores público, privado y social con la finalidad de trabajar de manera planeada en el desarrollo turístico de los municipios; actualmente es presidido por Sergio Zamora.

Tabla 4. Gestión del turismo en Tapalpa	
Organismo	Tipo de gestión
Dirección de Turismo	✓ Información a visitantes
Comité Pueblos Mágicos	✓ Gestión de recursos ✓ Gestión de proyectos
CEMTTA	✓ Gestión de recursos y proyectos para promoción turística ✓ Coordinación entre empresarios
FIDETUR	✓ Gestión de recursos ✓ Establece proyectos
COPROFOTUR	✓ Promoción turística de la región sierra de Tapalpa
Fuente: Elaboración propia	

Es importante señalar que hay una clara falta de coordinación y de comunicación entre todos los actores locales, por lo que no se han podido concretar más acciones para aprovechar en su totalidad la potencialidad de Tapalpa. La mayoría de los organismos citados no trabajan en conjunto, o sólo lo hacen parcialmente. Esta desvinculación entre los organismos clave del destino ocasiona que no se llegue a consensos generales de sobre cómo mejorar la competitividad de Tapalpa.

8. PROFESIONALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN

La calidad en el servicio es una parte esencial de la experiencia de un turista. Los destinos más competitivos invierten tiempo y recursos en la formación y capacitación continua del capital humano que requiere el sector; sobre todo en turismo, donde el prestador se convierte en el medio por el cual se recibe el servicio. En el contexto nacional, se han hecho esfuerzos por mejorar el ámbito de la profesionalización a través del fomento al aprendizaje de idiomas y la calidad en el servicio; mientras que los esfuerzos en capacitación se concentran, principalmente, en la higiene en la preparación de alimentos, modernización de procesos, limpieza de los establecimientos, y trato adecuado para personas con capacidades diferentes.

En el ámbito de estudio, el municipio de Tapalpa presenta grado promedio de escolaridad de 6.56 años (INEGI, 2010), es decir, el promedio de la población apenas termina la educación primaria. En lo que respecta específicamente a la cabecera municipal, ésta presenta una grado de escolaridad mayor al promedio municipal, con 8.14 años de instrucción; un promedio superior al del municipio en general.

Aún con cifras tan bajas, se puede rescatar que ha habido un avance en esa materia con respecto al período del 2000 al 2010, año en que la actividad turística ya se había consolidado (véase Tabla 5). Se destaca que el avance no sólo se presentó en la cabecera municipal, área de acción del programa Pueblos Mágicos, sino que fue un efecto que se dispersó en todo el municipio.

Año	Tapalpa (Cabecera municipal)	Tapalpa (Municipio)
2000	7	5
2010	8.14	6.56

Fuente. Elaboración propia con base en información INEGI (2000; 2010)

Los datos de la tabla anterior, muestran un aumento en el promedio de instrucción, avance que se relaciona directamente con el proceso de consolidación de la actividad turística. Aunado a ello, se registró un aumento en los centros de enseñanza de la localidad, sobre todo del nivel medio superior.

En este tema, Tapalpa cuenta con dos centros de enseñanza a nivel bachillerato; el módulo de preparatoria de la Universidad de Guadalajara y un Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP). Este centro educativo comenzó operaciones en el año 2010 con la finalidad de ofertar las

carreras técnicas en hospitalidad turística y construcción, las cuales son demandadas por las empresas locales, que se están enfocando al sector turístico y a la construcción de cabañas y casas de segunda residencia.

Sin embargo, según refirió en entrevista Edgar Barragán, director del CONALEP, aún no se ha desarrollado una adecuada vinculación entre esta institución y las empresas locales para ofrecer empleo a los egresados, ya que de la primera generación de egresados, ninguno se desempeña en el sector turístico local, pues se menciona que los empleos ofertados no cumplen con las expectativas de los egresados, como por ejemplo, el tener un empleo permanente.

Se puede deducir que aunque haya dos escuelas de bachillerato, los niveles de educación en el municipio no han mejorado mucho, ya que en un periodo de diez años solo se ha incrementado el grado promedio de escolaridad de la población un año, con lo cual no se completa siquiera los estudios a nivel secundaria.

En cuanto a la capacitación, se ofertan cursos para aquellos empresarios locales interesados en mejorar las aptitudes de sus empleados, así como para obtener certificaciones. Según datos de SECTURJAL se han proporcionado cursos de capacitación para la calidad y anfitrionía a 1,073 personas del 2007 al 2012 en Tapalpa. No obstante, solo se han otorgado 10 distintivos M y un distintivo H (ver Tabla 6). Esto significa que el 10% de las empresas de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas cuenta con el distintivo M; mientras que de las 30 empresas de preparación de alimentos y bebidas del destino, sólo el 2.3% cuenta con la certificación, es decir, una cantidad muy baja.

Tabla 6. Cursos de capacitación turística en Tapalpa, 2007-2012			
Año	CAPACITACIÓN	DISTINTIVO "H"	DISTINTIVO "M"
2007	70	-	
2008	660	-	2
2009	-	-	4
2010	-	-	-
2011	343	1	-
2012	-	-	-
S/E	-	-	4

Fuente: Elaboración propia con base en información de SETUJAL (2012).
S/E – Sin año especificado

A pesar de que se ofrecen cursos de capacitación y se ofertan carreras escolares enfocadas al sector turístico, la calidad en el servicio es deficiente. La falta de capacitación se debe al poco interés de los empresarios locales por mejorar este aspecto, ya que de acuerdo a la información obtenida en trabajo de campo, muchos de ellos no asisten a las convocatorias de cursos, ni tampoco envían a su personal, con el argumento de que no tienen tiempo de atender dichas cuestiones. Aun así se debe concientizar a los empresarios de que la capacitación es una inversión y no una pérdida de tiempo.

9. AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO

9.1. Agua potable

La disponibilidad de agua potable es un tema de gran relevancia en términos de un desarrollo sustentable, por lo que los destinos turísticos no quedan exentos de esta problemática. Ante la escasez de líquido en algunas temporadas del año, algunos destinos turísticos optan por reducir el suministro a los habitantes locales para garantizar el abasto a los hoteles y restaurantes.

El tema del abastecimiento de agua en Tapalpa resulta relevante. La dinámica turística no sólo se ha concentrado en la cabecera municipal. Los desarrollos turísticos como parques extremos, centros ecoturísticos y complejos de cabañas se han establecido en diferentes zonas del municipio, principalmente cerca de la Presa El Nogal, Las Piedrotas y la salida hacia Atemajac de Brizuela.

En este sentido, la problemática central de la mayoría de las localidades es la falta de una red municipal de agua entubada. Las fuentes de abastecimiento son manantiales, pozos profundos, arroyos y servicio de pipas de agua, por lo que la cantidad y calidad del agua representan un tema importante a resolver, según entrevista a Patricia Hernández del Sistema Integral de Aguas de Tapalpa (SIAT).

Con respecto al caso particular de la localidad de Tapalpa, el suministro de agua depende de tres manantiales que se encuentran en la localidad de Atacco y un pozo profundo, fuentes que ya resultan insuficientes para satisfacer la demanda de la población local y la flotante (turistas). Durante los períodos vacacionales y días festivos, se tiene que recurrir a reducir el servicio en algunas colonias o barrios de la cabecera municipal, para no desatender al sector turístico, situación que causa molestar entre algunos habitantes que se ven perjudicados.

Tabla 7. Tabulador de tarifas fijas de agua potable, Tapalpa 2013	
Tipo	Usuario
Mínima	Lotes, casas deshabitadas
Genérica	Casa habitación, lotes
Negocio	Casa con negocio o negocio
Alta	Hoteles, cabañas con jardines
Muy alta	Auto-baños o giros con alto consumo de agua
Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por el SIAT	

Según estimaciones del SIAT, el consumo promedio por habitante en la localidad de Tapalpa es de aproximadamente 52 litros diarios, una cantidad muy por debajo del consumo promedio de los habitantes de Guadalajara que es de 300 litros. Por otro lado, el cobro del servicio de agua no se hace con base en el consumo, sino que existe un tabulador de tarifas fijas establecidas en la Ley de Ingresos del municipio (véase Tabla 7).

9.1.1. Programas de cuidado del agua

De acuerdo a información proporcionada por el SIAT, se cuentan con programas de trabajo que contemplan el fomento a la captación de agua de lluvia, sobre todo en las cabañas, donde puede ser utilizada para el riego de las áreas verdes. Se menciona que hasta el momento se ha recibido una respuesta favorable para este programa; sin embargo, aún falta afianzar la cultura del agua, particularmente en los establecimientos de hospedaje y alimentos y bebidas.

9.1.2. Proyectos de abastecimiento

Para satisfacer el déficit de abastecimiento de agua existe un proyecto a cargo de la presidencia municipal que contempla la perforación de un nuevo pozo profundo, que cubriría las zonas de la cabecera municipal donde la presión es muy baja. Las gestiones se realizan ante autoridades estatales y federales. Sin embargo, este proyecto resulta insuficiente, pues sólo contempla la cabecera, es decir, el Pueblo Mágico de Tapalpa, de tal modo que el resto de las localidades del municipio mantienen la misma dinámica de abasto.

9.2. Saneamiento de aguas residuales

Al igual que el abasto de agua, el saneamiento de las aguas residuales en el municipio de Tapalpa es un reglón pendiente en la sustentabilidad del destino. A diferencia de Tapalpa y Atacco, el resto de las localidades del municipio de caracterizan por la inexistencia de sistemas de tratamiento de aguas. La mayoría de las localidades vierten sus aguas residuales al aire libre, en cuyo trayecto contaminan cuerpos de agua superficial. Además, en algunas de ellas ni siquiera existe una red de drenaje, por lo que se recurre a la utilización de fosas sépticas

Existe una relación directa entre la problemática mencionada y su afectación hacia los habitantes locales y el turismo. Como se mencionó anteriormente, muchas de las localidades del municipio se encuentran dentro de la dinámica turística (véase Tabla 8), por lo cual es importante atender dicha situación.

Tabla 8. Localidades con dinámica turística que presentan problemas con el saneamiento de aguas residuales en el municipio de Tapalpa	
Localidad	Afectaciones al turismo
Juanacatlán	Las aguas residuales se depositan en una laguna a pie de la carretera que conduce de Tapalpa a Guadalajara, en la cual se ha identificado un foco de infección. Además esta localidad es famosa por la veneración a la Virgen de la Defensa, imagen religiosa que atrae turismo religioso.
Buenavista	Se vierten aguas negras a cielo abierto, muy cerca del complejo turístico denominado "Ekopark Tapalpa".
Lagunillas	La red de drenaje local desemboca en una laguna de aguas negras a cielo abierto. En esta localidad se encuentra la Hacienda de la Media Luna, una laguna y un paisaje enmarcado por el Nevado de Colima.
Los Espinos	Los sitios de descarga de aguas negras están contiguos a las viviendas de la localidad, cuyo trayecto termina en el llamado "río Grande". En las cercanías de esta localidad existen complejos de cabañas y otros negocios de prestación de servicios turísticos.
Fuente: Elaboración propia	

En lo que respecta a la localidad de Tapalpa, se cuenta con una Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), que actualmente recibe las aguas residuales de Tapalpa, Atacco y Ojo de Agua, cuya población en su conjunto representa el 40.2% del total municipal, lo cual muestra un evidente rezago.

El tratamiento de las aguas se lleva a cabo por medio del método llamado "lagunas de estabilización", el más común a nivel nacional. Sin embargo, la PTAR requiere de mantenimiento, pues de acuerdo a información otorgada por la Dirección de Ecología del municipio, la planta está trabajando con sólo el 20% de los motores, lo cual se traduce en un tratamiento de aguas negras poco confiable. El tipo de residuos que se descarga en la PTAR es doméstico, es decir, no se ha identificado la presencia de residuos tóxicos o metales pesados, esto se debe a la ausencia de industrias que puedan arrojar este tipo de contaminantes.



Imagen 5. PTAR de Tapalpa.

Una de las problemáticas que se desprende del tratamiento de aguas residuales es su destino final. Las aguas tratadas de Tapalpa terminan en dos de los atractivos más reconocidos del destino; primero se canalizan a la Presa El Nopal, donde posteriormente van a alimentar la corriente de agua que forma El Salto del Nogal. Ambos sitios son frecuentados por los turistas que visitan Tapalpa, por lo que resulta indispensable dar mantenimiento a la PTAR, para que ésta pueda garantizar una determinada calidad en el agua, la cual no sólo se utiliza con fines recreativos, sino también en la agricultura de Tapalpa y del municipio vecino de San Gabriel.

Por último, es importante mencionar que ante la problemática de las aguas negras a cielo abierto en Juanacatlán, el municipio ya tiene aprobado el proyecto de construcción de una PTAR en dicha localidad.

10. GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

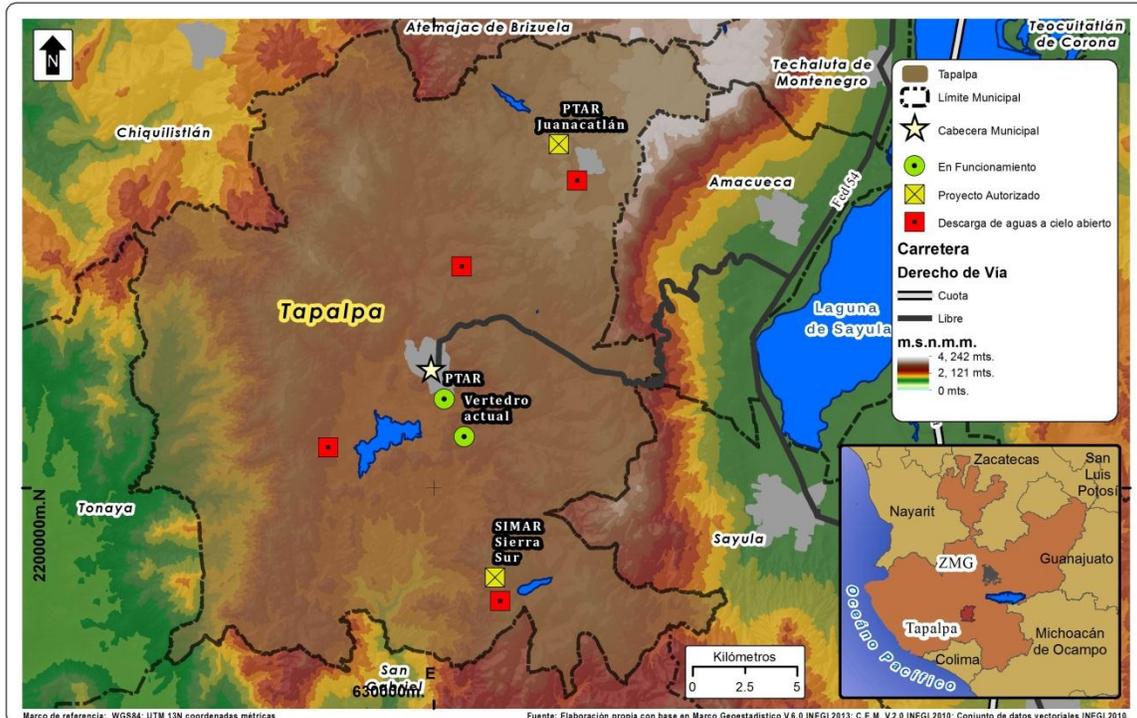
La generación, separación, acopio y disposición final de los residuos sólidos es competencia de los municipios y, por lo tanto, un tema que preocupa a los gobiernos locales, más aún cuando éstos administran un presupuesto que limita su capacidad financiera para aumentar la calidad y cobertura de los servicios básicos. En este sentido, el municipio de Tapalpa no se encuentra exento de dicha problemática. Al tratarse de un destino turístico, no sólo se deben atender los residuos de la población local, sino también por los que generan los turistas. Incluso la cantidad de turistas o población flotante puede ser mayor a la población local en determinadas fechas o temporadas vacacionales, por lo que la cantidad de basura se multiplica.

10.1. Generación de residuos sólidos

La cantidad de basura o residuos sólidos que se generan en el municipio de Tapalpa ha mostrado un aumento significativo durante la última década, sobre todo a partir de la incorporación de la cabecera municipal al programa Pueblos Mágicos, cuyos resultados han sido el incremento en el número de turistas y visitantes a esta localidad.

De acuerdo a información de la Dirección de Ecología del municipio, en el año 2000 se producían en promedio 10 toneladas de basura al día. Para el año 2012, la Secretaría del Medio Ambiente para el Desarrollo Sustentable de Jalisco reportaba una cantidad de 17.4 ton. (SEMADES, 2012), mientras que en la actualidad se produce un promedio aproximado de entre 23 y 25 ton. diarias en todo el municipio. Esto significa que en 13 años se ha registrado un aumento del 150% de basura en el municipio.

Es importante recalcar que el mobiliario urbano destinado al depósito de basura resulta insuficiente para la cantidad de basura que se genera en temporada alta de turismo, por lo que personal de servicios municipales debe de trabajar jornadas adicionales para recolectar toda la basura. De igual forma, la cantidad de botes para basura es insuficiente, pues no hay una cobertura en todo el municipio, aunque en el caso de la cabecera municipal, la cobertura es adecuada. Para cumplir con el servicio de recolección de basura, el municipio cuenta con tres camiones y una camioneta para cubrir la cabecera municipal; mientras que para atender al resto de las comunidades se destinan tres camionetas de 3.5 toneladas, según entrevista a Jaime Rivera Fajardo, Director de Ecología de Tapalpa.



Mapa 4. Localización de los principales sitios de disposición final de residuos y tratamiento de aguas residuales en Tapalpa.

10.2. Separación y reciclaje

Durante los últimos años, en Jalisco se han llevado a cabo programas y campañas para concientizar a la población acerca de la separación de basura como factor de desarrollo sustentable. Aunque la cultura de separación aún es endeble en la mayor parte del territorio estatal, la Región Sur, de la cual forma parte Tapalpa, sobresale porque la cultura de separación y reciclaje está en un proceso de consolidación muy avanzado.

La cultura de reciclaje y separación en la región se debe principalmente al apoyo y asesoría en materia de reciclaje que la Junta Intermunicipal del Río Ayuquila (JIRA⁵) proporciona a los municipios de la región. Como consecuencia de estas acciones, se han generado empresas regionales dedicadas al reciclaje de residuos como PET (tereftalato de polietileno), cartón, vidrio, chatarra, plástico rígido, etc. Estas empresas trabajan de la mano con los ayuntamientos y las comunidades locales, a quienes se les otorga un pago compensatorio,

⁵ La Junta Intermunicipal del Medio Ambiente para la Gestión Integral de la Cuenca Baja del Río Ayuquila (JIRA) es un organismo conformado por los Ayuntamientos de El Grullo, Autlán de Navarro, Unión de Tula, Tuxcacuesco, Tonaya, Zapotitlán de Vadillo, El Limón y Tolimán.

dependiendo de la cantidad y frecuencia con que se realice la recolección. A la fecha existen cuatro empresas de este tipo y se localizan en los municipios de El Grullo, Zapotlán El Grande (Ciudad Guzmán), Zacoalco de Torres y San Gabriel.

En el caso de Tapalpa y como parte de esta cultura regional de reciclaje, se han colocado contenedores para envases de PET en algunos puntos del municipio, cuyo destino final depende de la dinámica ya mencionada. Por otro lado, al Norte del municipio la materia orgánica se utiliza para producir composta que se utiliza en el proceso agrícola.

Asimismo, en 2013 se llevaron a cabo cinco campañas de concientización ambiental en algunos centros escolares de Tapalpa. No obstante, la falta de personal y recursos económicos limitan la regularidad con la que estos programas pueden ser aplicados y, por consiguiente, la posibilidad de obtener resultados más positivos.

10.3. Disposición final de residuos

La disposición final que tienen los residuos sólidos es el eslabón más complejo de todo el proceso. Los sitios destinados a este fin tienen que cumplir con la normatividad correspondiente en materia ambiental, cuyos requerimientos prevén, entre otras cosas, el manejo integral de los residuos sólidos, clasificación y separación, tratamiento de lixiviados, entre otros. El costo que representa una adecuada disposición final de los residuos sólidos, ocasiona que los municipios pequeños no cumplan con la normatividad ambiental; por ejemplo, pasar del modelo de vertedero convencional, a la implementación de rellenos sanitarios.

Para la disposición final de los residuos sólidos, el municipio de Tapalpa cuenta con un relleno sanitario cercano a la localidad de Atacco, aproximadamente a unos 3.5 km de la cabecera municipal según entrevista a Martín Daniel Bacilio, Presidente Municipal. Sin embargo, éste ya cumplió con su vida útil, por lo que la capacidad de las celdas ya fue rebasada y ahora luce como un vertedero a cielo abierto.

Para resolver el problema del antiguo relleno, en el año 2011 se creó el Organismo Público Descentralizado (OPD) denominado “SIMAR Sierra Sur” (Sistema Intermunicipal de Manejo de Residuos Sólidos Urbanos Sierra Sur), que integra a los municipios de Tapalpa y Atemajac de Brizuela (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 2011). Aunque el convenio fue firmado a inicios de 2011, el proyecto no se ha materializado. La actual administración municipal

(2012-2015) menciona que el proyecto está en etapa de construcción y se prevé que a partir del año 2015 esté operando.

La *SIMAR Sierra Sur* operará el nuevo relleno sanitario en un predio cercano a la localidad de Lagunillas. Para su construcción se invertirán 10 MDP, monto que es aportado por los municipios de Tapalpa, Atemajac de Brizuela, la Secretaría del Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET) y la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales federal (SEMARNAT). Se estima que la vida útil de este nuevo sitio de disposición final de residuos sólidos sea de entre 45-50 años.

11. PROTECCIÓN DEL TERRITORIO

Un eje rector de la sustentabilidad es la protección del territorio, el cual no sólo es entendido como el medio físico, sino también por las interacciones sociales y ambientales que en él se llevan a cabo. En este sentido, la actividad turística más que cualquier otra, provoca una reconfiguración en el territorio donde se establece. Dicha reconfiguración, para el caso de Tapalpa, se constituye por un predominio económico de la actividad turística, una identidad colectiva asociada al turismo y, de manera más evidente, una transformación del paisaje.

Al igual que el turismo, el sector agrícola también se ha encargado de moldear el territorio tapalpense, dentro de un contexto regional de industrialización del campo, mismo que ha sido detenido por la preponderancia del turismo en el municipio.

Así pues, los impactos en el territorio generados por ambas actividades repercuten directamente en la preservación del mismo. Al ser el territorio el principal activo de los destinos turísticos, se vuelve necesario un análisis de su situación actual; la existencia y aplicación de instrumentos de planeación territorial; y las medidas de conservación llevadas a cabo.

11.1. Uso de suelo

El uso de suelo de Tapalpa es predominantemente forestal. Poco más del 50% de su territorio está cubierto por bosque (véase Tabla 9), la principal unidad paisajística que identifica al destino. Aunque existen áreas desmontadas claramente visibles en todo el municipio, las zonas boscosas mantienen una densidad forestal espesa.

Tabla 9. Cobertura del uso de suelo. Tapalpa, 2012	
Uso	%
Agricultura	26.9%
Asentamiento urbano	0.8%
Bosque	51.9%
Cuerpo de agua	0.7%
Pastizal	10.7%
Selva	9.5%
Total	100%
Fuente: Elaboración propia con base en información de Gobierno de Jalisco (2012).	

En torno a los bosques existen dos factores de riesgo: los incendios forestales y los cambios de uso de suelo. Con respecto a los incendios, la mayoría de éstos se concentra hacia el Suroeste del municipio en época de estiaje. Las principales causas se atribuyen a factores humanos como: falta de información

sobre el manejo de incendios controlados, accidentales y provocados con el fin de cambiar el uso de suelo a agrícola.

Referente al tema de la agricultura, la producción de papa y recientemente de la fresa, han mermado la calidad del campo tapalpense, siendo los principales agentes de deterioro, la degradación de los suelos y la contaminación de cuerpos de agua con pesticidas (Valencia y Flanders, 2009). La cobertura forestal se está viendo mermada para cambiar el uso de suelo de forestal a agrícola. De acuerdo a información de la Dirección de Ecología municipal, se realizó un diagnóstico que indica un panorama desolador de seguir con las prácticas agrícolas actuales.

El campo y bosque de Tapalpa también se han visto irrumpidos por una numerosa cantidad de fraccionamientos para vivienda de segunda residencia. Si bien se puede pensar que los desarrollos inmobiliarios pueden ser un factor de depredación para el bosque, hay quienes sostienen que, contrario a lo que se piensa, este tipo de complejos tiene la finalidad de conservar el bosque, pues éste es el activo paisajístico que otorga plusvalía a las viviendas.

Finalmente, es importante mencionar que la caza ilegal de animales en el bosque representa un problema para el destino, pues los turistas, con apoyo de algunos habitantes locales, han optado por cazar venados y patos. Aunado a esto, la Dirección de Ecología dispone sólo de tres personas para el trabajo operativo, por lo que las tareas de vigilancia se ven mermadas. Ante esta problemática surge la posibilidad de establecer un rancho cinegético, donde este tipo de prácticas se realicen de forma ordenada y regulada.

12. IMPACTOS DEL TURISMO

Al igual que todas las actividades humanas, la actividad turística genera impactos territoriales en los destinos. Algunos de estos impactos pueden ser constatados a simple vista: incremento en la oferta de servicios, aumento del número de visitantes, mejoramiento de la imagen urbana, entre otras. No obstante, existen otro tipo de impactos que no son evidentes, particularmente para los turistas. Entre ellos se pueden mencionar: aumento del personal ocupado en el sector, una mayor oferta de empleos, mayores niveles de instrucción en la población, etc.

En el caso del turismo, siempre se divulgan los beneficios que esta actividad aporta a la economía del sector, pero se deja de lado la previsión y corrección de externalidades negativas que conlleva dicha actividad como: aculturación, pérdida de tradiciones, desabasto de agua, generación de altos volúmenes de basura, desarticulación de la población local con la zona “turística”.

12.1. Impactos económicos

Tapalpa se incorporó al programa de Pueblos Mágicos en mayo del 2002. Al analizar el cambio antes y después de diez años del nombramiento (2001-2012), la SECTUR (2013) identificó un incremento de la población económicamente activa (PEA) de 107.8%, siendo el sector terciario el que creció en mayor proporción (286.7%) que los demás sectores.

Esto se debe en gran medida a que los empleos generados por hoteles y restaurantes aumentaron en 192.7%. De igual forma para el mismo periodo de análisis, el número de hoteles tuvo un variación porcentual positiva del 256.3% (De 16 hoteles a 57), al igual que los cuartos con 125.7% (De 300 a 677). Aunque las cifras parecieran alentadoras, lo cierto es que Tapalpa enfrenta una etapa de estancamiento, según lo referido por el Índice de desempeño de destino (SECTUR-CESTUR-CONACYT-ANÁHUAC, 2012).

Se debe aclarar que Tapalpa no surgió de la nada como un destino turístico, sino que ya contaba con un proceso histórico en el sector. El nombramiento como Pueblo Mágico en 2002 sólo reposicionó al destino y le dio proyección a nivel nacional e internacional. A partir de este evento, el destino experimentó una reconfiguración en su sistema productivo local, misma que también tuvo

alance en casi todo el municipio. Además de las actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos (hospedaje, alimentos y bebidas, tours, etc.), otras actividades económicas también presentaron un afianzamiento, como el sector de la construcción y la producción de lácteos por ejemplo.

De acuerdo a datos oficiales, en el período que comprende del año 2000 al 2010, se registró un aumento en el nivel de ingreso de la población ocupada (PO) en el municipio (véase Tabla 10). Lo primero que se identifica es un aumento en el porcentaje de población que gana más de dos salarios mínimos, pues en el año 2000 sólo el 26.3% de la PO ganaba más de dos salarios mínimos, mientras que para 2010 la PO que percibe arriba de dos salarios mínimos se incrementó a 61.8%, es decir, un alza de más del 100%. Esta mejora se relaciona directamente con la inscripción de Tapalpa al programa Pueblos Mágicos a partir del año 2002.

Año	PEA	Población ocupada	Hasta 1 salario mínimo	De 1 a 2 salarios mínimos	Más de 2 salarios mínimos	N/E
2000	5,080	5,025	16.95	40.61	26.34	6.16
2010	6,409	6,385	14.83	19.00	61.82	4.35

Fuente: Elaboración propia con base en información de INEGI (2000; 2010).

Otro factor económico que es resaltable, es el hecho de que toda la PEA se encuentra ocupada, lo cual indica que si hay fuentes de empleos para los habitantes locales. Esta tendencia se observa desde el año 2000, incluso la población ocupada es superior a la cantidad de PEA. Sin embargo, lo más positivo es el aumento en el ingreso de la población local, impulsada sobre todo, por la dinámica turística, o por lo menos es lo que indican las cifras económicas.

12.1.1. Costo de la vida

La consolidación del turismo en el municipio de Tapalpa ha tenido impactos positivos en la economía local, como los antes mencionados. Sin embargo, también se han observado externalidades negativas que afectan principalmente a los habitantes locales, como el encarecimiento de la vida.

Un indicador para medir el impacto del turismo en Tapalpa es el costo de la tierra. Los precios de los terrenos se han incrementado de manera exponencial señaló en entrevista Carla Peregrina. El incremento del sector inmobiliario, enfocado a la construcción de cabañas de segunda residencia, ha ocasionado

el aumento del costo de la tierra (Valencia y Flandres, 2009). Se prevé que esta tendencia continúe por lo menos durante las siguientes dos décadas, e incluso pueda influir también en el municipio vecino de Atemajac de Brizuela.

El aumento en el costo de los alimentos productos también es una problemática que se ha detectado. En el sondeo realizado durante el trabajo de campo distintas personas manifestaron que desde la incorporación de Tapalpa al programa Pueblos Mágicos, el precio de los alimentos y productos se ha elevado en un nivel que no corresponde a sus ingresos, según entrevista a Hirinea García Pérez, miembro de la Asociación de Artesanos de Tapalpa. Pues aunque para un turista los precios no sean significativos, para los habitantes locales si representa una problemática, ligada directamente a la vocación turística del destino.

12.2. Impactos sociales

Los impactos sociales del turismo son “los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos como consecuencia de esta actividad” y estos se pueden reflejar tanto de forma positiva, como de forma negativa.

En este sentido, hasta hace unos años, Tapalpa era reconocido como la “cantina más grande de Jalisco”. El motivo de este “reconocimiento” se debió a que durante un período de tiempo, sobre todo a partir de la denominación como Pueblo Mágico, Tapalpa era frecuentado por un turismo que sólo veía al destino como un lugar para ingerir bebidas embriagantes, consumir sustancias prohibidas y otros actos que alteraban el orden social en el poblado.

Los impactos generados por este tipo de turismo se focalizaban durante las festividades locales, particularmente en la celebración del Grito de Independencia según informaron reiteradamente en diversas entrevistas con los actores locales⁶. Esta fiesta se caracterizó por la congregación de cientos de tapatíos que se daban cita para presenciar el “grito”: Sin embargo, la reunión era aprovechada también para cometer actos que alteraron el orden social. Incluso la población local se vio obligada a resguardarse en sus casas, es decir, se confinaban en su propia localidad.

No obstante, esta etapa que impactó fuertemente a la sociedad tapalpense ya ha sido superado. En la actualidad, este tipo de turismo es emplazado hacia Las Piedrotas. La población local se ha empoderado paulatinamente de sus

⁶ En entrevista con Carla Peregrina, Jesús, Sergio Zamora, Salvador Hernández y otros, se menciona la problemática del turismo que se vive el 15 de septiembre.

festividades y se ha quedado en el anecdotario el mote de “la cantina más grande de Jalisco.”

Es importante señalar que no se han identificado patologías sociales asociadas directamente con el turismo, como son la drogadicción y alcoholismo. Cabe resaltar que a diferencia de otros destinos turísticos de Jalisco, como Guadalajara, Puerto Vallarta y Mazamitla, en Tapalpa no existen indicios de prostitución en cualquiera de sus expresiones. El perfil del destino excluye de facto este tipo de actividades.

Por último, a pesar de que se han publicado algunos artículos en donde se menciona una cierta animadversión de la población local hacia la actividad turística, al parecer ésta se ha ido diluyendo con el tiempo. De acuerdo con los sondeos realizados entre la población, existe una opinión positiva acerca de la actividad turística. La población percibe que el turismo ha beneficiado a Tapalpa y que se debe fortalecer el sector para lograr la inclusión de todas las localidades del municipio. No obstante, es importante mencionar que la población local no conoce lo que es el programa Pueblos Mágicos, sus alcances, beneficios y limitaciones; por lo que genera muchas dudas y falsas expectativas.

12.3. Impactos territoriales

Al ser el territorio el principal recurso que detona la actividad turística, es éste en donde se reflejan las transformaciones y reconfiguraciones originadas a partir de su incursión en el mercado turístico. En el caso de Tapalpa se han identificado ciertas alteraciones en el territorio, algunas de ellas positivas y unas más de manera negativa.

La transformación del paisaje es el principal indicador de los cambios que ha impuesto en Tapalpa la actividad turística en primer lugar, seguido de la agricultura. Las áreas boscosas han sido irrumpidas por desarrollos inmobiliarios de casas y cabañas destinadas al llamado turismo de segunda residencia. Los lugares donde se han concentrado estos fraccionamientos se encuentran en las orillas de la cabecera municipal y también se han extendido hacia las localidades cercanas como San Antonio, La Frontera, La Cañada, Los Espinos, alrededor de la Presa del Nogal, entre otras.

La incursión de estos asentamientos en Tapalpa, entre otros factores, ha ocasionado que se cierren algunos caminos y entradas a atractivos turísticos. Por ejemplo, ya no hay acceso libre a Los Frailes y la Piedra Bola, y las

entradas a la Presa del Nogal son limitadas (Valencia y Flanders, 2009). Esta situación le resta calidad en la movilidad e incluso visual, por lo que deberá buscarse herramientas que mitiguen esta problemática.

Otro factor, que aunque no está asociado a la actividad turística, pero que sin duda afecta la imagen del destino, es la exposición de aguas negras a cielo abierto que circulan a través de distintos canales distribuidos en la cabecera municipal, mencionó Gualberto Martínez Barba de la Dirección de Servicios Municipales de Tapalpa. Sería importante recuperar estos espacios para que sean parte del atractivo del destino y se integren a la imagen urbana del pueblo mágico.

12.3.1. Imagen y planeación urbana

El principal atractivo del Pueblo Mágico de Tapalpa es su imagen urbana. Las condiciones del poblado fueron el principal activo para que este destino fuera uno de los primeros a nivel nacional en ingresar al programa Pueblos Mágicos, y el primero en el estado de Jalisco. Como anécdota, se puede mencionar que Mazamitla imitó el modelo de imagen urbana de Tapalpa para poder ingresar al mismo programa (Cruz, Rodríguez y Zamora; 2013).

Se puede decir, que Tapalpa es el único de los Pueblos Mágicos de Jalisco que conserva casi una homogeneidad total de su fisionomía urbana en toda la cabecera municipal. No existen rompimientos significativos de la imagen urbana aún en las orillas. Si bien existen algunos elementos que desentonan con la armonía del lugar, éstos están muy focalizados, por lo cual es necesario sancionar este tipo de construcciones y fomentar que sean adecuadas a la imagen urbana de la localidad.

Al respecto, se ha identificado que el Plan Parcial de Desarrollo Urbano no ha sido actualizado desde 1997. En este documento se incrementó el área del centro histórico de 4 a 27 manzanas, esto justificado por la existencia de un patrimonio edificado de gran valor, no sólo local, sino para el Estado de Jalisco (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 1998).

También se incorporaron los cambios de uso de suelo debido a las inversiones en el sector turístico y la necesidad de preservar la traza urbana y el hecho arquitectónico, realizando diferentes intervenciones, que van desde la conservación, la restauración especializada, hasta la adecuación urbana, pretendiendo lograr restablecer con un mínimo de intervención la unidad formal y los valores ambientales, existentes anteriormente, sin pretender mimetismos absurdos.

Tanto los valores urbanos, como arquitectónicos ambientales de Tapalpa, hacen pensar en la justificada necesidad de su mantenimiento y protección y en la potencialidad que posee para la inversión del sector turístico, como una posible fuente de desarrollo económico, con el consecuente beneficio que atrae la conservación del patrimonio edificado.

El reglamento para el Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Tapalpa, se encuentra anexo al plan y se menciona que será vigilada para el cumplimiento de ésta por la Comisión Técnica y las infracciones cometidas en contra de las normas a que se refiere dicho Reglamento serán prevenidas, imputadas y sancionadas por los inspectores de Obras Públicas o del Departamento de Reglamentos del H. Ayuntamiento local. El objeto de éste reglamento es buscar la protección, conservación y apariencia de los inmuebles de la zona, por lo que se autorizan y recomiendan todas aquellas obras que tiendan a preservar la integridad, estabilidad y salubridad de los inmuebles de valor histórico y ambiental, así como la ordenada construcción de nuevos inmuebles dentro de éstas. No se autoriza la construcción de edificios con formas, materiales, colores, texturas, ajenas al paisaje urbano de la zona. Deberán en lo posible respetar las tipologías arquitectónicas existentes en la zona.

De igual forma, en este reglamento se habla de la intervención en edificios y áreas con valor patrimonial, la nomenclatura de las calles, plazas y demás, del uso de suelo, de las calles, de las obras, de la infraestructura y las instalaciones públicas, los monumentos históricos, acabados, texturas y colores, andadores y mobiliario urbano.

A manera de conclusión es necesario actualizar el Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Tapalpa, al igual que el Plan de Desarrollo Urbano para todo el municipio. Estos instrumentos son imperantes para la planeación, pues la dinámica de crecimiento se ha expandido por todo el municipio. Además, estos instrumentos fueron publicados antes del nombramiento como Pueblo Mágico, es decir, no se han actualizado hace más de una década. En los nuevos documentos deberán considerarse elementos como por ejemplo, la regularización de los fraccionamientos de segunda residencia y para hospedaje, entre otras.

PROBLEMÁTICAS DEL DESTINO

1. PERFIL DEL DESTINO

PROBLEMÁTICA 1: Bajo desempeño en indicadores socio-económicos.

CAUSAS:

- La localidad de Tapalpa y en general todo el municipio, presentan un bajo desempeño sus indicadores socio-económicos.

EFFECTOS:

- El Pueblo Mágico de Tapalpa registra un bajo nivel de desarrollo. La actividad turística aún no ha podido ser una palanca de desarrollo.

2. OFERTA TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA 1: Poca integración del turismo de segunda residencia a la dinámica turística del Pueblo Mágico de Tapalpa.

CAUSAS:

- Tapalpa se ha posicionado como un destino de segunda residencia, debido a la cercanía con Guadalajara y al fuerte crecimiento inmobiliario que se ha tenido en la zona. Se estima que aproximadamente 900 cabañas pertenecen a este rubro.

EFFECTOS:

- Los turistas de segunda residencia no se han podido incorporar a la dinámica del sector, debido a que no consumen los servicios que se ofertan en Tapalpa, por lo cual la derrama de este segmento es menor. Al ser un segmento que representa un amplio porcentaje es necesario crear mecanismos, adecuar servicios y generar productos turísticos para este mercado cautivo.

PROBLEMÁTICA 2: Desarticulación de la oferta de atractivos culturales.

CAUSAS:

- El Centro Histórico y el municipio poseen diferentes atractivos culturales como las antiguas fábricas, los templos, la Casa de la Cultura, la Hacienda de la Media Luna y Las Pilas. Estos no están ofertados como tal, por lo que el turista desconoce su ubicación e importancia.

EFFECTOS:

- Tapalpa mantiene una estadía promedio de 1.90 días, la baja pernocta de los turistas es causada por la falta de articulación de los atractivos que le permitan conocer algo más que solo el centro histórico. Por lo cual es necesario integrar lo diferentes atractivos culturales, ofreciendo actividades para el turista.

PROBLEMÁTICA 3: Falta de promoción de atractivos naturales

CAUSAS:

- No hay una promoción de los atractivos naturales con lo que se cuenta en las localidades cercanas a Tapalpa por lo que el turista desconoce que otros atractivos puede visitar.

EFFECTOS:

- Los turistas solo pasan un fin de semana en una cabaña y únicamente visitan los atractivos ya consolidados como las piedrotas, esto genera que el turista tenga pocas actividades por realizar y por lo tanto su estancia sea menor.

PROBLEMÁTICA 4: Escasa regulación de los establecimientos de hospedaje.

CAUSAS:

- Por el desarrollo turístico que ha tenido la zona, ha habido un crecimiento de los establecimientos de hospedaje que no están registrados debidamente ante las diferentes instituciones. En el caso de las cabañas un gran número de ellas tampoco tienen registros y se ofertan de manera aislada por Internet.

EFFECTOS:

- No se tiene un registro real del número de establecimientos de hospedaje ni de las unidades rentables que se ofertan en el municipio, lo que dificulta conocer la capacidad real.
- De igual forma al no estar debidamente registrados ni pagar impuestos, estos establecimientos ofertan precios menores, por lo que se genera una competencia desleal entre los hoteles y cabañas que si están debidamente establecidos.

PROBLEMÁTICA 5: Bajo promedio en la ocupación hotelera.**CAUSAS:**

- Tapalpa registró en el año 2012 una ocupación de hospedaje anual del 17.31% ya que el turismo se concentra los fines de semana y días festivos por lo que de lunes a jueves la ocupación es mucho menor.

EFFECTOS:

- Esto genera que sea poco rentable invertir en Tapalpa y que existan negocios que únicamente abren los fines de semana. Para los hoteles es difícil mantener el personal y los servicios debido a la baja afluencia, por lo cual ellos de manera independiente han buscado estrategias para incrementar la ocupación.

PROBLEMÁTICA 6: Especulación con los precios de hospedaje**CAUSAS:**

- En las temporadas altas los hoteleros juegan con los precios de hospedaje, incrementando las tarifas; pero por otro lado los establecimientos que no están registrados debidamente manejan precios menores, al no tener que pagar impuestos. También como no hay acuerdo cualquiera fija los precios.

EFFECTOS:

- Esto genera una competencia desleal, donde algunos establecimientos ofrecen precios menores. Únicamente los establecimientos que

pertenecen a la Asociación son lo que se ponen de acuerdo con la tarifas, los demás no están regulados, por lo que pueden ofertar servicios muy baratos y masificar el destino.

PROBLEMÁTICA 7: Servicio de alimentos y bebidas

CAUSAS:

- Existe poca oferta de los servicios de alimentos y bebidas, algunos únicamente abren los fines de semana y días festivos, estos no cuentan con las certificaciones adecuadas por lo que el servicio tiene deficiencias.

EFFECTOS:

- El turista no encuentra entre semana lugares abiertos o son muy pocos. El servicio en general es regular, ya que no se han implementado la capacitación ni la certificación adecuada. Además gran parte de los establecimientos no expiden factura o comprobante fiscal.

PROBLEMÁTICA 8: Competencia con Mazamitla

CAUSAS:

- Tanto Mazamitla como Tapalpa mantienen una distancia similar con Guadalajara, ambos son pueblos típicos de montaña y mantienen la categoría de pueblos mágicos, para el turista común pueden parecerle igual visitar uno u otro.

EFFECTOS:

- No hay una clara diferenciación de la oferta que ofrece Tapalpa. No existen estrategias de promoción y comercialización diferenciadas, que le permitan abordar otros segmentos de mercado.

PROBLEMÁTICA 9: Insuficiencia de productos turísticos.

CAUSAS:

- No se ha aprovechado adecuadamente el potencial turístico de Tapalpa, lo cual origina una baja oferta de productos turísticos.

EFFECTOS:

- Baja estadía promedio de los turistas. Enclave del turismo de segunda residencia, que no encuentra atractivos para salir fuera de las cabañas.

3. DEMANDA TURÍSTICA

PROBLEMÁTICA 1: Dependencia del mercado regional.

CAUSAS:

- En el año 2012 el 72.07% de los turistas que visitaron Tapalpa procedían de interior del estado Jalisco, principalmente de Guadalajara. Considerando lo anterior la mayor promoción únicamente ha estado enfocada en atraer el mercado regional.
- En el año 2012 se recibieron únicamente 1,607 turistas internacionales debido a la falta de promoción del destino en el mercado extranjero.

EFFECTOS:

- Hay una fuerte dependencia del mercado regional y no se ha podido diversificar el mercado. Es muy poca la demanda de los turistas internacionales que visitan Tapalpa, además que los prestadores de servicio no presentan interés por captar este mercado por lo que no hay capacitación en el idioma ni en la prestación de servicios.

PROBLEMÁTICA 2: Falta de diversificación hacia otros segmentos de mercado.

CAUSAS:

- Tapalpa tiene identificado como su principal mercado meta a las familias de ingresos medio-altos.

EFFECTOS:

- No se han considerado otros segmentos como el turismo de tercera edad que también podrían ser redituables. La comunidad de jubilados que reside en la Ribera de Chapala podría ser un segmento clave.

- Cabe mencionar que Tapalpa no cuenta con la infraestructura adecuada como: rampas, accesos adecuados a los establecimientos y unidades hospitalarias.

PROBLEMÁTICA 4: Fuertes limitaciones para atender el turismo internacional.

CAUSAS:

- Los prestadores de servicio no tienen la capacitación para atender a los turistas extranjeros, como por ejemplo un segundo idioma.

EFFECTOS:

- El servicio que se ofrece para el turista internacional es deficiente lo que ocasiona la poca afluencia de estos turistas.

PROBLEMÁTICA 5: Baja estadía de los turistas.

CAUSAS:

- El turista nacional tiene una estadía promedio de 1.88 días mientras que el extranjero de 3.15 días. Por lo que la pernocta de los turistas en Tapalpa es muy baja únicamente los fines de semana debido la cercanía con Guadalajara.

EFFECTOS:

- Esto genera una muy marcada estacionalidad de la demanda, haciendo poco rentable los negocios y las nuevas inversiones.

PROBLEMÁTICA 6: Bajo gasto promedio en Tapalpa.

CAUSAS:

- El gasto en promedio del turista en Tapalpa es de 357 pesos, debido al poco tiempo que pasa en la zona sus gastos son menores, ya que solo hacen uso de los servicios básicos.

EFFECTOS:

- La derrama económica es insuficiente debido a la baja estancia y a la falta de incorporación del turismo de segunda residencia, el cual no se ve reflejando en el gasto de los turistas.

4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

PROBLEMÁTICA 1: Falta de guías de turistas certificados.

CAUSAS:

- No existen cursos de capacitación y regularización para los prestadores que fungen como guías de turistas.

EFFECTOS:

- Únicamente se cuenta con un guía registrado en Tapalpa, los demás son guías que ofrecen sus servicios en colaboración con los hoteles o los parques pero no cuentan con la capacitación para ofrecer este tipo de servicio.
- Hay una carencia total de este tipo de servicios, ya que no se tiene la capacitación adecuada ni la capacidad para atender a grandes grupos.

PROBLEMÁTICA 2: Falta establecer recorridos turísticos en los que se visiten los diferentes atractivos tanto diurnos como nocturnos.

CAUSAS:

- No hay coordinación entre las empresas ni el ayuntamiento que permitan integrar diferentes recorridos.

EFFECTOS:

- Los turistas desconocen los diferentes atractivos que podría visitar en Tapalpa. Solo una empresa tiene tres tours organizados hacia las piedras, las cascadas y por el pueblo. Sin embargo de manera establecida no se realizan ningún tipo de recorrido por el centro histórico.

PROBLEMÁTICA 3: Falta de integración de los operadores locales.

CAUSAS:

- Solo hay una asociación de empresarios que trabajan coordinados, los demás se manejan de manera independiente.

EFFECTOS:

- Las operadoras locales no tienen la capacidad para atender grupos grandes y no existen una buena coordinación que integren a los operadores y demás prestadores de servicio. Existe una deficiencia de trabajo colectivo.

PROBLEMÁTICA 4: Falta de consolidación de los eventos en el destino.

CAUSAS:

- Existe una falta de coordinación entre los diferentes actores para establecer un calendario que contemple eventos culturales y deportivos durante todo el año.

EFFECTOS:

- Hay eventos que ya tienen años realizándose, pero existen otros de reciente creación. El turista desconoce las fechas en las que se realizan determinados eventos, la única promoción que se observa es propaganda en los hoteles, sin embargo en los lugares de residencias de los turistas no se ofertan dichos eventos.

PROBLEMÁTICA 5: Insuficiencia de servicios bancarios.

CAUSAS:

- Solo se tiene un banco y tres cajeros automáticos de diferentes instituciones.

EFFECTOS:

- Existe una buena cantidad de establecimientos con terminal bancaria en sus establecimientos, pero aún falta cobertura de este tipo de servicio.

También se observa una falta de cajeros automáticos, pues sólo hay tres en la localidad, y uno de ellos (Banorte) siempre está saturada.

PROBLEMÁTICA 6: Expedición de comprobantes fiscales.

CAUSAS:

- Hay una falta de regularización de los establecimientos, lo que ocasiona que no todos puedan expedir factura por el consumo.

EFFECTOS:

- El turista no puede facturar su consumo en todos los negocios, son pocos los que facturan.

5. INFRAESTRUCTURA

PROBLEMÁTICA 1: Malas condiciones en los principales accesos a Tapalpa.

CAUSAS:

- La carretera presenta baches y re-encarpetamiento asfáltico, lo que provoca que las condiciones del trayecto sean malas y los tiempos de traslado mayores.

EFFECTOS:

- Una queja frecuente de los turistas son las condiciones de los caminos lo que dificulta el traslado.

PROBLEMÁTICA 2: Poca accesibilidad a los principales atractivos turísticos.

CAUSAS:

- La ruta hacia los atractivos naturales como las cascadas es por caminos de terracería y no se encuentran debidamente señalados. Mientras que otros atractivos como las piedrotas y la fábrica de papel son caminos revestidos de dos carriles, lo que provocan un fuerte congestionamiento vial hacia estos en las temporadas de mayor aforo.

EFFECTOS:

- Los turistas no pueden llegar a los atractivos por la falta de caminos adecuados y el desconocimiento de donde se localizan estos.

PROBLEMÁTICA 3: Falta de servicios médicos adecuados.

CAUSAS:

- Por el número de habitantes y demás factores, Tapalpa no cuenta con una unidad de servicios médicos de segundo contacto, por lo que solo cuenta con tres centros de salud, cuatro módulos de salud rural y treinta casas de salud en todo el municipio.

EFFECTOS:

- Hay una fuerte deficiencia para atender incidentes tanto de los turistas como de la población local, ya que en caso de algún percance tienen que ser trasladados a Ciudad Guzmán.

PROBLEMÁTICA 4: Señalética deficiente.

CAUSAS:

- La señalética tanto turística, vial y carretera es deficiente, alguna se encuentra en malas condiciones o ya es antigua. Tampoco hay una señalética adecuado de la localización de los principales atractivos turísticos, lo que dificulta al visitante localizar estos sitios.

EFFECTOS:

- Los turistas nacionales consideran que la señalética es regular, mientras que los internacionales tienen una queja más frecuente respecto a este rubro, debido a que nunca se ha pensado en diseñar señalética para este segmento de mercado.

6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROBLEMÁTICA 1: Poco alcance de las campañas de promoción.

CAUSAS:

- No se ha analizado cuáles son los medios de promoción más efectivo y los mercados donde de enfocarse.

EFFECTOS:

- La promoción del destino no ha tenido un impacto fuerte en el mercado, por lo cual el turista no tiene al alcance la suficiente información sobre el destino.

PROBLEMÁTICA 2: Falta de páginas de internet de los hoteles y cabañas**CAUSAS:**

- De los hoteles inventariados por la Dirección de Turismo Municipal únicamente el 31.7% y 6 de las cabañas contaban con página propia.

EFFECTOS:

- El turista no obtiene información de los servicios de hospedaje directamente por el prestador y tampoco puede realizar reservaciones. En algunos casos los datos de los hoteles se encuentran agrupados en otras páginas, pero la información es escasa.

PROBLEMÁTICA 3: Falta de aprovechamiento**CAUSAS:**

- Pocos prestadores se han interesado por ofertar sus servicios en las redes sociales, debido al desconocimiento de éstas.

EFFECTOS:

- El turista no cuenta con información rápida y ágil que le permita planificar su viaje, lo cual puede incluso influir en la decisión acerca del destino a elegir.

PROBLEMÁTICA 4: Escaso aprovechamiento de las aplicaciones móviles.

CAUSAS:

- El destino de Tapalpa no ha aprovechado las ventajas que ofrecen las aplicaciones para teléfonos inteligentes. La APP de “Pueblos Mágicos” solo ofrece tres fotografías de Tapalpa y la información de los atractivos es muy escasa.

EFFECTOS:

- Además de la ausencia de una buena aplicación, el turista no se interesa en conocer el destino, ya que la aplicación antes mencionada no es atractiva e inclusive desconoce la existencia de esta función.

PROBLEMÁTICA 5: Falta de comercialización del destino a través de tour operadoras en línea.

CAUSAS:

- Muy pocos hoteles tienen convenios de promoción con operadoras de viajes.

EFFECTOS:

- Se deja escapar una oportunidad para mejorar la ocupación hotelera de Tapalpa entre semana.

7. GESTIÓN DEL DESTINO

PROBLEMÁTICA 1: Falta de trabajo en conjunto por parte de las asociaciones.

CAUSAS:

- Existen diversas asociaciones que agrupan a actores turísticos de Tapalpa, así como el propio Comité de Pueblos Mágicos, pero no ha habido una coordinación eficiente para desarrollar la actividad.

EFFECTOS:

- Se observan esfuerzos aislados por parte de las diferentes organizaciones. La falta de trabajo colectivo se traduce en un desempeño inferior al que puede presentar un destino como Tapalpa.

PROBLEMÁTICA 1: Gestión local del turismo.

CAUSAS:

- El papel del gobierno municipal en las acciones para promover el desarrollo turístico de Tapalpa es muy regular. La Dirección de Turismo carece de atribuciones que le permitan, como parte del gobierno local, integrar a todos los actores involucrados en la actividad turística.

EFFECTOS:

- El gobierno local sólo participa de forma pasiva o como medio en las acciones de desarrollo turístico. No se asume un liderazgo que integre a los diferentes actores.

8. PROFESIONALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN

PROBLEMÁTICA 1: Baja capacitación de los prestadores turísticos.

CAUSAS:

- Existe poca cooperación por parte de los prestadores de servicios turísticos para atender las convocatorias para cursos de capacitación turística.

EFFECTOS:

- La capacitación de los prestadores es muy irregular, lo cual se refleja en el servicio, y la percepción sobre el propio destino.

PROBLEMÁTICA 2: Insuficiente certificación de los establecimientos turísticos.

CAUSAS:

- Existe un bajo porcentaje de establecimientos que cuenta con certificación turística como Distintivo H, Distintivo M, Punto Limpio, etc.

EFFECTOS:

- Aproximadamente sólo el 10% de los establecimientos de hospedaje y de alimentos y bebidas cuenta con algún tipo de certificación.

PROBLEMÁTICA 3: Segundo idioma.

CAUSAS:

- No existe capacitación en cuanto a un segundo idioma.

EFFECTOS:

- Los prestadores de servicios turísticos no dominan un segundo idioma que les permita atender adecuadamente al turismo extranjero que no habla español.

9. AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO

PROBLEMÁTICA 1: Distribución de agua potable.

CAUSAS:

- El abasto de agua resulta insuficiente cuando la cantidad de turistas es muy alta en Tapalpa.

EFFECTOS:

- Cuando hay desabasto de agua, algunas colonias de la cabecera municipal dejan de recibir el servicio, lo cual genera un malestar entre la población.

PROBLEMÁTICA 2: Tratamiento de aguas residuales.

CAUSAS:

- Las aguas negras de Tapalpa no son tratadas de forma correcta debido a la ineficiencia de la planta de tratamiento.

EFFECTOS:

- El agua no recibe un tratamiento adecuado y afecta directamente al turismo, pues esa agua alimenta la Presa del Nogal y la Cascada El Nogal.

PROBLEMÁTICA 3: Descargas de agua a cielo abierto.

CAUSAS:

- Existen deficiencias en la red de drenaje de la cabecera municipal y algunas otras localidades de Tapalpa.

EFFECTOS:

- La descarga a cielo abierto o a través de canales de conducción, genera una mala imagen del destino hacia los turistas y visitantes.

PROBLEMÁTICA 4: Insuficiencia de programas de ahorro de agua.

CAUSAS:

- Existen programas de concientización sobre el uso de agua, pero aún falta socializarlos. Los establecimientos del sector turístico no cuentan con plan integral de ahorro de agua disminución de descarga de aguas negras.

EFFECTOS:

- Entre la población local y el empresariado existe una cultura de sustentabilidad endeble, que necesita consolidarse.

10. GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

PROBLEMÁTICA 1: Cantidad de residuos sólidos.

CAUSAS:

- Exceso en la generación de residuos sólidos por parte de los turistas en temporada alta.

EFFECTOS:

- Se excede la capacidad de los vertederos municipales de basura.

PROBLEMÁTICA 2: Disposición final de residuos sólidos.

CAUSAS:

- Mal funcionamiento de los sitios de disposición final de residuos sólidos.

EFFECTOS:

- Los vertederos no operan correctamente, lo cual ocasiona afectaciones al medio ambiente, como derrame de lixiviados en los cuerpos de agua, presencia de fauna nociva, afectaciones a la salud, entre otras.

11. PROTECCIÓN DEL TERRITORIO

PROBLEMÁTICA 1: Disminución de la cobertura forestal.

CAUSAS:

- Se presenta una disminución de las áreas boscosas, las cuales cambian su uso de suelo a agrícola y urbano.

EFFECTOS:

- El bosque, como uno de los principales activos turísticos de Tapalpa se ve mermado, lo cual ocasiona un impacto negativo en los recursos naturales y en el paisaje.

PROBLEMÁTICA 2: Incendios forestales.

CAUSAS:

- Se realizan quemas intencionadas y de control que ocasionan incendios en los bosques de Tapalpa.

EFFECTOS:

- Los incendios en el municipio arrasaron con grandes extensiones de bosque.

PROBLEMÁTICA 3: Caza ilegal.

CAUSAS:

- Habitantes locales y turistas cazan animales en el bosque de manera ilegal.

EFFECTOS:

- Se atenta contra la fauna local y se fomenta una actividad ilícita en el destino.

PROBLEMÁTICA 4: Desarrollo inmobiliario desregularizado.**CAUSAS:**

- El plan de desarrollo urbano de Tapalpa vigente es del año 1998 y no contempla a todo el municipio, sino al centro de población solamente. Esta situación ocasiona que no exista una regulación en torno al sector inmobiliario en Tapalpa.

EFFECTOS:

- En el año 2011 se tienen registradas 631 cabañas en 16 fraccionamientos, y la tendencia es hacia un mayor crecimiento de la construcción de cabañas y viviendas de segunda residencia de forma descontrolada.

12. IMPACTOS DEL TURISMO**PROBLEMÁTICA 1:** Aumento en el costo de vida para la población local.**CAUSAS:**

- Consolidación de Tapalpa como un destino turístico para un mercado de ingresos medios-altos.

EFFECTOS:

- Encarecimiento de productos de consumo, como alimentos, medicinas, artículos personales, entre otros; que afectan a la economía de los habitantes locales a partir de la vocación turística de Tapalpa.

PROBLEMÁTICA 2: Encadenamiento productivo local débil.

CAUSAS:

- Falta de coordinación entre productores, empresarios y autoridades locales.

EFFECTOS:

- Existencia de un encadenamiento productivo local débil en Tapalpa, debido a que no se observa una articulación del turismo con otras actividades económicas locales.

PROBLEMÁTICA 3: Deterioro de la imagen urbana.

CAUSAS:

- Falta de actualización del plan de desarrollo urbano de centro de población y ausencia de un plan de desarrollo urbano municipal.

EFFECTOS:

- Se observan algunas construcciones que son incompatibles con la fisionomía urbana típica de Tapalpa. Ante la falta de actualización del plan, algunas construcciones incumplen con el reglamento vigente.

Segunda parte

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

FICHA 1: *Tranquilización de calles*



I. ANTECEDENTES

El pueblo de Tapalpa recibe una gran cantidad de visitantes durante los fines de semana. Debido a esto surgen una serie de problemáticas en el primer cuadro del centro histórico como: escasez de lugares de estacionamiento, congestión vial, falta de espacios peatonales, contaminación visual y auditiva y dificultades en la accesibilidad hacia otros puntos como la Presa del Nogal o Atacco.



II. JUSTIFICACIÓN

Sin embargo, el flujo de automóviles durante la semana no es constante. La problemática solamente se presenta los días feriados, por lo que es necesario hacer un ajuste en los accesos viales de manera permita una descongestión en el centro histórico del pueblo. Además de proporcionar más espacios de

convivencia y tránsito no motorizado, por lo que es necesario ofrecer vías alternas además de adecuaciones en las vialidades circundantes.

III. PROPUESTA

- Tranquilizar la calle Miguel Hidalgo, desde Luis Enrique Bracamontes hasta Raúl Quintero, la calle Raúl Quintero desde Miguel Hidalgo hasta Agustín Yáñez, la calle Agustín Yáñez desde Raúl Quintero hasta Luis Enrique Bracamontes. Mediante un cambio de textura y elevación de la calle a nivel de la banquetta.
- Colocar bolardos y cadenas en las entradas de las partes tranquilizadas de Miguel Hidalgo, Raúl Quintero y Agustín Yáñez (descritos anteriormente), para la restricción del tránsito vehicular durante los fines de semana y días feriados.
- Durante la semana el tránsito por las calles podrá ser el usual, con el acceso de vehículos en el entorno de la plaza principal, sin embargo durante el fin de semana o días feriados, se restringirá el acceso solo permitiendo el paso a peatones, bicicletas o vehículos no motorizados.
- Desviación del tráfico antes del acceso a la plaza principal, en la calle de Luis Enrique Bracamontes como vía alterna hacia la Presa del Nogal.
- Con esta alternancia en la circulación permitirá la creación de un andador peatonal entorno a la plaza, lo que ampliara el espacio de convivencia y recreación para los visitantes.

FICHA 2: Centro de Convenciones de Tapalpa



I. ANTECEDENTES

Hasta el momento, este segmento se ha desarrollado de forma incipiente y aislada en algunos complejos como *Ekopark* y el Hotel Misión. Además, el estado de Jalisco es líder a nivel nacional en la realización de congresos y convenciones.

II. JUSTIFICACIÓN

El perfil turístico de Tapalpa se encamina hacia la atracción del segmento de turismo de reuniones (convenciones, congresos y exposiciones). Según datos del Anuario Estadístico de Turismo 2011, 12.6% de los turistas nacionales y 5.6% de los turistas extranjeros que visitan Tapalpa lo hacen por motivo de negocios (SECTURJAL, 2011), por lo que esta afluencia puede incrementarse de tener un espacio adecuado para la realización de eventos y reuniones de todo tipo. Los actores locales ven de forma positiva el atraer turismo de reuniones, pues con ello podrían mitigar la baja ocupación que presentan los establecimientos de hospedaje entre semana.

Para que Tapalpa crezca y eventualmente se consolide en este segmento, es necesario invertir en un recinto para eventos, congresos y exposiciones de primer nivel. Si bien algunos hoteles cuentan con espacios para la organización de eventos, tal como se analizó en el apartado sobre mercados potenciales de turismo de reuniones, estos no tienen la capacidad suficiente ni el equipo adecuado para celebrar eventos de gran magnitud. Por tanto, el área designada para esta propuesta se ubica en los terrenos localizados en la calle Ignacio López, que corre junto al paseo del río. Esta es una zona céntrica bien conectada en varios sentidos.

III. PROPUESTA

- Construir un recinto arquitectónico de gran tamaño que pueda cumplir con la demanda generada por este destino turístico, con un diseño que respete el “estilo serrano” local.
- El tamaño dependerá del proyecto ejecutivo que se presente, y donde se tomen en cuenta factores como la capacidad de carga y de hospedaje.
- El inmueble deberá presentar una imagen que sea compatible con el entorno.
- Crear un espacio interior acondicionado a las necesidades en donde se puedan presentar eventos diversos, como: convenciones, conferencias, congresos y actos institucionales.
- Insertar el inmueble en el centro de la superficie del terreno de manera que permita visualizarlo como remate visual desde su ingreso rodeado de un área ajardinada.
- Designar una zona de la parte posterior del terreno para estacionamiento y recepción de visitantes.

IV. INVERSIÓN

- La inversión estimada para este proyecto es de aproximadamente 40 millones de pesos. El costo se podría asumir mediante una asociación público-privada de recursos.

FICHA 3: Estacionamiento de borde



I. ANTECEDENTES

Los estacionamientos de borde permiten una mejor circulación en los centros históricos de las ciudades y poblados que presentan circulación de vehículos cargada. Por ejemplo, en Quito, Ecuador se emplea un programa denominado “pico y placa”, en el que se establecen horarios y números de placa determinados que no pueden ingresar al centro de la ciudad. Estos automóviles deben quedarse en estacionamientos de borde, fuera del primer cuadro de la ciudad, con lo que se disminuye la circulación excesiva de vehículos.

II. JUSTIFICACIÓN

Tapalpa registra una alta concentración de vehículos en lo que arriban los turistas principalmente. Esta problemática se presenta sobre todo los fines de semana y períodos vacacionales como Semana Santa y Navidad. Además, los espacios disponibles para estacionamiento en la vía pública son insuficientes.

La problemática se acentúa debido a que la mayoría de los automóviles tienen que transitar por el centro histórico de Tapalpa, lo cual no solo complica el flujo vehicular, sino que también obstruye el tránsito de personas y ocasiona una mala imagen del destino.

III. PROPUESTA

- Construir un estacionamiento de gran extensión, que se ubique en la periferia del poblado, localizado en un terreno que permita la conexión y acceso a la entrada principal del centro histórico.
- Diseñar grandes áreas verdes ajardinadas y árboles de la región.
- Crear salidas peatonales hacia las calles.
- Designar un área para el estacionamiento de autobuses turísticos.
- Construir un inmueble para la recepción de visitantes, equipado con sala de estar, baños y fuente de sodas.
- Colocar un quiosco de información turística.
- Se contempla también la adecuación de infraestructura urbana que permita el óptimo traslado de personas desde el estacionamiento hasta el centro histórico.

IV. INVERSIÓN

- La inversión para este proyecto se estima en 1 millón de pesos aproximadamente.

FICHA 4: *Paseo del Río*



I. ANTECEDENTES

Las corrientes o canales de agua superficiales bien conservadas permiten que los destinos turísticos sean más atractivos para el turista. Las condiciones en las que se encuentran estos espacios reflejan una imagen positiva o negativa para los destinos turísticos.

Para el caso de Tapalpa, el área del río, comprende un canal a cielo abierto, recubierto de concreto hidráulico y piedra, por el cual corre paralelamente a la calle Ignacio López, siendo esta una vía amplia de tres carriles en cada sentido, la cual no cuenta en algunos tramos con banqueta en el extremo de las viviendas y el canal.

II. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto busca crear un espacio público amable con el medio ambiente en donde el visitante pueda recorrer este paseo a lo largo del canal, viendo correr el agua del río, tomarse un café o sentarse en una plazoleta a descansar, o cruzar uno de los puentes, consolidándolo como una visita obligada en la cabecera municipal.

Cabe señalar además, que Paseo del Río es un proyecto que se retoma de otros estudios realizados para Tapalpa.

III. PROPUESTA

- Rehabilitar el cauce del canal mediante la implementación de gaviones con la finalidad de que la superficie permita la formación de un área verde en los costados.
- Construir un dique en el extremo final de manera que retenga el agua durante toda la época del año.
- Diseñar banquetas amplias en los dos extremos del canal, que puedan funcionar como andadores.
- Quitarle un carril a la calle de cada extremo para la ampliación de las banquetas
- Incluir mobiliario urbano adecuado a lo largo del paseo: bancas, faroles, basureros.
- Insertar jardineras de cantera de diversos tamaños y alturas en los andadores con la intención de crear una zona ajardinada.

IV. INVERSIÓN

- Se estima una inversión de 10 millones de pesos, la cual considera el saneamiento de las aguas negras y la remodelación de la imagen urbana.

FICHA 5: Colocación de señalética turística



I. ANTECEDENTES

La señalética turística es una herramienta que debe proporcionar orientación e información al turista acerca de los sitios de interés turístico. En el caso de Tapalpa, durante los últimos años no se ha renovado la señalética turística. Por lo que este tipo de infraestructura es obsoleta e insuficiente.

La señalética es una característica de los destinos turísticos y un indicador del tipo de destino que se visita, por lo cual su renovación se vuelve prioritaria para Tapalpa.

II. JUSTIFICACIÓN

Tapalpa registra sitios de interés en el perímetro del pueblo mágico y a las afueras de la localidad. Sin embargo, no hay la cantidad suficiente de este tipo de mobiliario que permita orientar al turista sobre todos los atractivos con los que cuenta el destino.

El Colegio de Diseñadores de Jalisco ya ha presentado un proyecto integral sobre señalética y mobiliario urbano para Tapalpa, misma que debería ser retomada con el afán de mejorar la infraestructura turística local.

III. PROPUESTA

- Revisar el proyecto sobre señalética turística y mobiliario urbano presentado por el Colegio de Diseñadores de Jalisco, así como otros ya existentes.
- Actualizar la propuesta para que esta pueda ser desarrollada en todo el municipio de Tapalpa.
- Colocar señalética en el centro histórico de Tapalpa y los principales atractivos de la localidad como “las pilas”, la Casa de la Cultura y los edificios más representativos. Cascada del Nogal, Hacienda de la Media Luna, etc.
- Instalar fichas informativas *in situ* de cada uno de los atractivos turísticos.
- Los materiales y el diseño de la señalética tendrán que ser compatibles con el entorno, a la vez que busquen proyectar la marca-destino de Tapalpa.

IV. INVERSIÓN

- Se estima una inversión de 3.5 millones de pesos en señalética turística. Se ampliaría el polígono para la colocación de dicha infraestructura.

FICHA 6: Homogenización de la nomenclatura



I. ANTECEDENTES

La nomenclatura de las calles, además de formar parte del mobiliario urbano, orienta a las personas sobre su ubicación y proporcionan ayuda para localizar establecimientos, lugares o domicilios.

Para el caso de Tapalpa, el diseño y tipo de nomenclatura es muy importante, pues se debe recordar que su principal atractivo es la imagen urbana.

II. JUSTIFICACIÓN

La nomenclatura con la que actualmente cuenta Tapalpa solo cubre una parte de la cabecera municipal. Un esfuerzo por homogenizar la imagen de toda la cabecera municipal también tendría que ver con la homogenización de la nomenclatura.

III. PROPUESTA

- Renovar la nomenclatura de Tapalpa con un nuevo diseño.
- Instalar la nomenclatura en toda la cabecera municipal para homogenizar la imagen urbana.
- Agregar en la nomenclatura del primer cuadro una breve reseña histórico de los personajes que dan nombre a las calles y andadores.

FICHA 7: Iluminación nocturna de edificios históricos



I. ANTECEDENTES

La iluminación nocturna de edificios históricos es una medida para renovar la imagen de los destinos durante la noche. Este tipo de acciones propician que los centros históricos recobren vida durante la noche. Además, sirven como escenario para la realización de actividades nocturnas como: espectáculos musicales, presentaciones al aire libre, recorridos nocturnos, entre otros.

Recientemente se renovó la iluminación en la Catedral Metropolitana de Guadalajara y otros edificios como el Palacio de Gobierno de Jalisco con la intención de hacer del centro histórico un lugar más atractivo y con nueva cara.

II. JUSTIFICACIÓN

El centro histórico de Tapalpa es el principal atractivo de Tapalpa. Su imagen urbana representa al típico pueblo mexicano. Aunque se han realizado esfuerzos por dotar de luz nocturna al primer cuadro, hace falta consolidar tal acción mediante la implantación de un nuevo proyecto integral de iluminación nocturna para Tapalpa.

III. PROPUESTA

- Llevar a cabo un proyecto integral de iluminación del centro histórico de Tapalpa.
- La propuesta consiste en iluminar con nueva tecnología edificios como la Parroquia de San Antonio, los portales, la calle Ignacio López, la Casa de la Cultura, Las Pilas, entre otros sitios representativos del Pueblo Mágico de Tapalpa.
- El proyecto además podría ampliarse con la iluminación nocturna de otros atractivos turísticos de Tapalpa como Las Piedrotas, la Antigua Fábrica de Papel “La Constancia”, el Ex- Hospital de Indios, la Ex - Hacienda de La Media Luna, entre otros.

IV. INVERSIÓN

- Se estima una inversión de 3 millones de pesos. Incluye la iluminación de los principales edificios de Tapalpa y el primer cuadro.
- o del centro histórico.

FICHA 8: *Renovación del alumbrado público*



I. ANTECEDENTES

Después del gasto en nómina, el pago de alumbrado público es la erogación más fuerte que realizan los gobiernos locales. De tal modo, diferentes ciudades y poblaciones del mundo han reemplazado el alumbrado público de sus espacios públicos, mediante la renovación de lámparas con tecnología *LED*.

Las ventajas de la tecnología *LED* son: menor consumo de energía, mayor tiempo de vida, reducción de ruidos en el cableado eléctrico y en la emisión de calor, entre otras.

II. JUSTIFICACIÓN

Dada su vocación turística, Tapalpa debe ser un lugar que refleje seguridad y un indicador para ello es la iluminación nocturna de calles y espacios públicos.

III. PROPUESTA

- Renovación del alumbrado público en la cabecera municipal.
- Reemplazar las lámparas actuales por tecnología *LED* que proporcionaría mejor iluminación para los espacios públicos.

IV. INVERSIÓN

- Se contempla una inversión de aproximadamente 30 millones de pesos. Este recurso se ejercería en un lapso de 5 años, pues el proyecto se realizaría por etapas.

FICHA 9: Ampliación de ocultamiento de cableado



I. ANTECEDENTES

El ocultamiento del cableado es una de las principales acciones que realiza el programa Pueblos Mágicos en las distintas localidades inscritas. No obstante, el perímetro de acción se limita a un polígono correspondiente al primer cuadro.

II. JUSTIFICACIÓN

El principal atractivo de Tapalpa es su imagen urbana, sin embargo, la red de cableado eléctrico y de telefonía no permite tener una buena apreciación del paisaje urbano de Tapalpa. La ampliación del programa de ocultamiento de cableado aumentaría el atractivo turístico de Tapalpa y mejoraría la competitividad del destino.

III. PROPUESTA

- Ocultar de manera subterránea la red de cableado eléctrica y de telefonía.
- La ejecución del programa se llevaría a cabo en diferentes etapas. La primera de ellas contemplaría los accesos a Tapalpa y las vías de comunicación hacia los principales atractivos del pueblo.

IV. INVERSIÓN

- Se contempla una inversión de aproximadamente 55 millones de pesos para ocultar todo el cableado de la cabecera municipal. La inversión se realizaría por etapas en un lapso de 10 años.

FICHA 10: *Miradores paisajísticos*



I. ANTECEDENTES

Los miradores paisajísticos representan un atractivo turístico que permite diversificar la oferta y, a su vez, son escenarios óptimos para la interpretación del paisaje. Son pocos los destinos en los que los escenarios naturales reúnen las condiciones óptimas para la apreciación.

II. JUSTIFICACIÓN

Tapalpa se localiza sobre una meseta en la sierra homónima, junto a otros accidentes geográficos de gran relevancia para Jalisco como los son el Parque Nacional Nevado de Colima y el sitio RAMSAR Laguna de Sayula.

III. PROPUESTA

- Instalación de miradores paisajísticos en Tapalpa y sus alrededores.
- Se contemplan miradores para observar el pueblo de Tapalpa, la laguna de Sayula y el Nevado de Colima.
- El equipamiento deberá incluir bancas, prismáticos, placas informativas, botes de basura, etc. Además, la estructura deberá ser compatible con el entorno.

IV. INVERSIÓN

- Se prevé una inversión de 1.5 millones de pesos para la construcción de los tres miradores.

PLAN DE ACCIÓN

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
Tranquilización de calles	<ul style="list-style-type: none"> Peatonalizar calles durante los fines de semana y días de mayor afluencia en el centro histórico de Tapalpa 	1. Identificar avances de la peatonalización de las calles.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Peatonalización de Calle Matamoros e integración con Plaza principal en Tapalpa (XI Etapa del Programa Tapalpa, Pueblo Mágico)	Avances de la partida presupuestal 2013.	Primer trimestre de 2014
		2. Desarrollar el proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ SECTURJAL. 	Creación del proyecto ejecutivo, determinando fechas de peatonalización.	N/A ⁷	Segundo trimestre de 2014
		3. Presentar el proyecto para buscar el financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Proyecto ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014
		4. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Comité Pueblos Mágicos. 	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2014 / 2015

⁷ No Aplica

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		5. Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Centro de congresos y convenciones	<ul style="list-style-type: none"> Crear un recinto para exposiciones, convenciones y eventos 	1. Desarrollar el proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ SECTURJAL. 	Generar el presupuesto, programa de trabajo y construcción por etapas.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		2. Presentar el proyecto para la búsqueda de financiamiento con los empresarios.	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios de Tapalpa. 	Proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		3. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Comité Pueblos Mágicos/ FIDETUR/ SECTUR/ SECTURJAL 	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos y del Fideicomiso de Desarrollo Turístico.	N/A	2014 / 2015
		4. Adquisición del terreno.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Destinar presupuesto para la compra del terreno.	N/A	2015
		5. Primera etapa de construcción	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa y Consejo de empresarios 	Ejecución primera etapa.	N/A	2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		6. Segunda etapa de construcción	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución segunda etapa.	N/A	2017
		7. Última etapa de construcción.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución final.	N/A	2020
Estacionamiento de borde	<ul style="list-style-type: none"> Acondicionar o crear estacionamientos periféricos, que permitan reducir la circulación excesiva de vehículos por el centro de Tapalpa 	1. Generar el proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios/ Dirección de Servicios Generales. 	Estimar tiempos y presupuestos de ejecución.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		2. Identificar posibles sitios para la realización del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios/ Dirección de Servicios Generales. 	Estimación de costos y beneficios.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		3. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios/ Dirección de Servicios Generales. 	Aprobar partida presupuestal y las aportaciones de los socios.	N/A	Tercer trimestre de 2014
		4. Compra del terreno	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios/ Dirección de Servicios Generales. 	Destinar presupuesto	N/A	Cuarto trimestre de 2014
		5. Aprobación de las licencias de manejo del estacionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Reglamento de licencias municipales.	N/A	Último trimestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		6. Puesta en marcha del estacionamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios 	Ejecución del proyecto	N/A	2015
Paseo del Río	<ul style="list-style-type: none"> • Saneamiento de los canales a cielo abierto para convertirlos en un espacio público de aprovechamiento turístico 	1. Identificar el anteproyecto que existe al respecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamientos de Tapalpa. 	Revisar el anteproyecto	En proyecto	Primer trimestre de 2014
		2. Actualizar el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo. 	Estimación de tiempos y presupuestos.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		3. Presentar el proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Sistema Integral de Aguas de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Proyecto Ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014.
		4. Financiamiento para saneamiento de aguas	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema Integral de Aguas de Tapalpa 	Proyecto Ejecutivo	N/A	2014-2015
		5. Ejecución Etapa 1	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Tapalpa / Sistema Integral de Aguas de Tapalpa. 	Saneamiento Agua	N/A	2015
		6. Financiamiento para infraestructura y	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de 	Destinar presupuesto del Programa Pueblos	N/A	2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		mobiliario urbano	Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos.	Mágicos para la creación de mobiliario urbano e infraestructura.		
		7. Ejecución etapa 2	• Ayuntamiento de Tapalpa.	Ejecución proyecto.	N/A	2016
Colocación de señalética turística	• Colocar señalética turística en la cabecera municipal y los principales atractivos turísticos	1. Identificar el cumplimiento de los objetivos de la partida del año 2013 para mejorar la señalética.	• Ayuntamientos de Tapalpa.	Revisar el Plan de trabajo y objetivos cumplidos a la fecha.	Entrega de resultados pendiente.	Primer trimestre de 2014
		2. Generar el proyecto y justificación y presupuestos para mejorar la señalética.	• Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo.	Estimación de tiempos y presupuestos.	N/A	Primer semestre de 2014
		3. Presentar el proyecto ejecutivo.	• SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos	Partida presupuestal para llevar acabo la instalación de señalética.	N/A	2014 / 2015

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		4. Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Destinar presupuesto del Programa Pueblos Mágicos para el mejoramiento de imagen urbana.	N/A	2015
		5. Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Homogeneización de la nomenclatura	<ul style="list-style-type: none"> • Homogenizar la nomenclatura en toda la cabecera municipal de Tapalpa 	1. Revisar las condiciones actuales de la nomenclatura en el centro histórico.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Tapalpa/ Dirección de Obras Públicas. 	Proyecto de imagen urbana.	N/A	Primer semestre de 2014
		2. Generar una propuesta para homogeneizar la nomenclatura.	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Guadalajara/ Dirección de Obras Públicas. 	Estimación de costos por homogeneizar la nomenclatura.	N/A	Primer semestre de 2014
		3. Presentar la iniciativa a los empresarios para buscar inversionistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Consejos de Empresarios. 	Presentación del Proyecto Ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		4. Presentar a la Secretaria de Turismo la propuesta, para solicitar el monto faltante.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Presentación del Proyecto Ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		5. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Comité Pueblos Mágicos 	Destinar partida presupuestaria de Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2015
		6. Ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Tapalpa 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Iluminación nocturna de los principales edificios históricos.	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminar los inmuebles más representativos de Tapalpa con el objetivo de que mejoren la imagen del destino 	1. Crear el anteproyecto ejecutivo para la iluminación por etapas según la importancia del edificio.	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ Ayuntamiento de Tapalpa. 	Revisar los lineamientos de la Carta de Taxco respecto a los Criterios Generales de Iluminación para Monumentos Históricos.	N/A	Primer semestre de 2014
		2. Presentar el proyecto para su aprobación ante el Instituto Nacional de Antropología e Historia.	<ul style="list-style-type: none"> • INAH/ Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ Ayuntamiento de Tapalpa. 	Anteproyecto.	N/A	Segundo semestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		3. Incorporar las recomendaciones propuestas por el INAH.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ Ayuntamiento de Tapalpa. 	Realización del proyecto Ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		4. Presentar el proyecto para la aprobación del presupuesto.	<ul style="list-style-type: none"> FIDETUR 	Proyecto Ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		5. Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> FIDETUR 	Destinar presupuesto del Fondo de Desarrollo Turístico.	N/A	2015
		6. Ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Renovación del alumbrado público	<ul style="list-style-type: none"> Reemplazar el alumbrado público por tecnología LED y ampliar la red de alumbrado público 	1. Identificar zonas conflictivas y priorizar los espacios para la instalación de alumbrado público.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa/ Dirección de Servicios Generales. 	Programa de Rescate de Espacios Públicos.	N/A	Primer trimestre de 2014
		2. Desarrollar proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Servicios Generales. 	Realización de proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		3. Presentación proyecto para búsqueda de financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU)/ Comisión Federal de Electricidad. 	Proyecto Ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		4. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> SEDATU/ Ayuntamiento de Tapalpa/ Dirección de Servicios Generales. 	Destinar partida presupuestaria dentro del programa de rescate de espacios públicos y del presupuesto del ayuntamiento.	N/A	2015
		5. Puesta en marcha.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Ampliación del programa de ocultamiento de cableado	<ul style="list-style-type: none"> Ocultar el cableado en toda la cabecera municipal para mostrar una imagen urbana homogénea y atractiva 	1. Revisar las zonas que ya cuentan con cableado oculto.	<ul style="list-style-type: none"> Comisión Federal de Electricidad/Dirección de Servicios Generales/ Dirección de Turismo. 	Revisar el proyecto de cableado oculto y los recursos ya ejercidos.	N/A	Primer trimestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		2. Proponer ampliar ocultar el cable en los sitios de interés.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Servicios Generales/ Dirección de Turismo. 	Elaboración del proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		3. Presentación del proyecto para el financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Proyecto ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014
		4. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Comité Pueblos Mágicos/ Ayuntamiento de Tapalpa. 	Destinar partida presupuestaria de Programa Pueblos Mágicos y de los ingresos 2015.	N/A	2015
		5. Puesta en marcha.	<ul style="list-style-type: none"> Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015
Miradores paisajísticos	<ul style="list-style-type: none"> Instalación de miradores paisajísticos en distintos sitios cercanos a Tapalpa 	1. Desarrollar el proyecto ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Guadalajara/ Dirección de Turismo/ SECTURJAL. 	Identificar zonas prioritarias para la instalación de miradores paisajísticos, planificar tiempos y costos en el proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo trimestre de 2014

PROYECTO	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE (S)	RECURSOS NECESARIOS	AVANCES	TEMPORALIDAD
		2. Presentar el proyecto para buscar el financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • SECTURJAL / Ayuntamiento de Tapalpa/ Comité Pueblos Mágicos 	Proyecto ejecutivo	N/A	Primer semestre de 2014
		3. Financiamiento local.	<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios de Tapalpa. 	Promover el proyecto con los empresarios locales para que contribuyan con la inversión.	N/A	Segundo semestre de 2014
		4. Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Comité Pueblos Mágicos. 	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2014 / 2015
		5. Puesta en marcha.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Tapalpa. 	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

Tercera parte

**PROPUESTA DE
MEJORA
REGULATORIA**

La mejora regulatoria se entiende como el conjunto de acciones que realiza el gobierno para mejorar la manera en que regula o norma las actividades del sector privado, y en general, en que interviene en la sociedad. Es una política pública que abarca tanto estrategias regulatorias específicas como el proceso de elaborar dichas regulaciones (COFEMER, s.f.).

Los principales elementos que articula la mejora regulatoria son la desregulación, el análisis y la modificación, así como la creación de nuevas regulaciones propuestas o vigentes. Busca reducir precios y aumentar la calidad y las opciones para los consumidores y las empresas mexicanas; favoreciendo la eficiencia productiva y promoviendo la inversión y la innovación, contribuyendo a la competitividad (OECD, 2012). A nivel estatal la Ley de Mejora Regulatoria del Estado de Jalisco y sus Municipios (Gobierno de Jalisco, 2009), tiene por objeto promover la mejora regulatoria y la simplificación administrativa en la administración pública estatal, como medios para lograr el desarrollo económico y la competitividad en el estado.

En lo que concierne a este estudio, el turismo es de vital importancia para el desarrollo económico del estado de Jalisco, cabe mencionar en el año 2012 la afluencia turística en la entidad fue de 23'110,317 visitantes, lo que representó una derrama superior a los 33 millones de pesos (SECTURJAL, 2012). Al respecto la marca "Pueblos Mágicos" ha permitido posicionar al estado en otros segmentos de mercado, diferentes al tradicional turismo de sol y playa; por lo cual la diversificación del sector es una estrategia en pro del crecimiento y desarrollo económico.

Tapalpa es un destino que se ha estado posicionando en el mercado turístico y el sector tiene una gran relevancia para la economía local. Por lo tanto, es primordial hacer las adecuaciones permitientes a las regulaciones con la finalidad de hacer de Tapalpa un destino competitivo. A partir de la identificación de las principales problemáticas del municipio y con la participación de los principales actores del sector, se definieron las acciones prioritarias, las cuales se analizarán a continuación.

A. Regulación de los servicios de hospedaje

Según los datos el anuario de turismo 2012, en el municipio únicamente se tiene 59 establecimientos de hospedaje, de los cuales 34 aparecen sin categoría es decir en este rubro se contabilizan las cabañas, sin embargo existen establecimientos que no se encuentran debidamente registrados.

A.1. Instrumentos de planeación y regulación

En el ámbito federal, la Ley General de Turismo (DOF, 2013), en el artículo 4, inciso XII señala que es atribución de la Secretaría de Turismo establecer la regulación para la clasificación de establecimientos hoteleros y de hospedaje, además que es de cumplimiento obligatorio en toda la República Mexicana.

A nivel estatal, la Ley de Promoción Turística del Estado de Jalisco (Gobierno de Jalisco, 2002) en el Artículo 14 señala la importancia de investigar y analizar la oferta turística para la elaboración del Programa Estatal de Turismo. Sin embargo, este rubro queda descuidado en la Ley de Turismo del Estado de Jalisco y sus Municipios (Gobierno de Jalisco, 2012a), ya que no señala nada respecto al registro y sólo define los servicios turísticos. Por lo que refieren ambos documentos, el pleno conocimiento de la oferta, permitirá a los municipios tomar las decisiones pertinentes para el desarrollo del sector; a pesar de ello, en Tapalpa esta es una de las principales problemáticas.

Aunque en la Ley de Planeación de Jalisco y sus Municipios (Gobierno de Jalisco, 2000) en el capítulo cuarto, exige a las administraciones la elaboración del Plan de Desarrollo Municipal, del cual deriva el Plan Desarrollo Turístico Municipal. En Tapalpa hay una deficiencia en la información, ya que los datos difieren de los proporcionados en los anuarios turísticos, por lo cual es necesario contar con registro actualizados y estadísticas confiables.

Retomando lo anterior, el Reglamento Municipal de Turismo de Tapalpa, en el capítulo VI señala que es la Dirección de Turismo Municipal, el organismo encargado de la vigilancia que los establecimientos y prestadores de los servicios turísticos cumplan con los términos de procedimiento, establecidos por la autoridad estatal y la Ley General de Turismo (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 2008). Cabe mencionar que este reglamento tiene similitudes con el de la administración pasada, por lo que habría que analizar si el reglamento es acorde a las necesidades de un municipio en constante crecimiento del sector turístico.

Si bien es la Dirección de Turismo Municipal, la encargada de vigilar el cumplimiento de las disposiciones del sector; al Ayuntamiento le compete la expedición, vigilancia o en su caso requerimiento de las licencias de giro (Gobierno de Jalisco, 2014).

A.2. Planeación estratégica

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
A. Regular los servicios de hospedaje	A.1. Integrar a los establecimientos dentro de la legalidad según lo dispuesto en los ámbitos federal, nacional y local.	A.1.1 Revisar los registros ante hacienda, los permisos municipales de los establecimientos registrados.
		A.1.2. Realizar visitas a los establecimientos que se dedican a prestar servicios de hospedaje y revisar que se encuentren debidamente registrados.
	A.2. Actualizar los registros de los establecimientos que se dedican a la prestación de servicios de hospedaje.	A.2.1. Homologar los registros de las diferentes dependencias respecto a los establecimientos de hospedaje.
	A.3. Integrar a las cabañas en los registros y tener el control de cuales se utilizan para hospedar turistas.	A.3.1. Realizar visitas a las cabañas e identificar cuales se dedican a la renta de espacios para los turistas.
		A.3.2 Exigir que las cabañas cuenten con licencia para operar y los permisos requeridos.
	A.4. Expedir las licencias según el rubro correspondiente.	A.4.1. Hacer visitas de verificación a los establecimientos.
		A.4.2. Exigir que cualquier establecimiento que opere cuente con las licencias según su rubro.

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
		A.4.3. Crear un padrón actualizado de los establecimientos debidamente registrados.
		A.4.4. Conforme a la ley clausurar los establecimientos que no cuentan con permisos.
	A.5. Vigilar que todos los establecimientos de hospedaje tenga su licencia vigente.	A.5.1. Realizar visitas periódicas a los establecimientos de hospedaje.
		A.5.2. Exigir que todos los establecimientos exhiban su licencia vigente.
	A.6. Realizar las inspecciones para integrar a los establecimientos que no se encuentran debidamente registrados en coordinación las diferentes dependencias.	A.6.1. Crear medios que permitan la comunicación y coordinación de las diferentes dependencias involucradas.
		A.6.2. Realizar las verificaciones en coordinación, buscando que todos los establecimientos estén registrados ante Turismo, Hacienda, Economía, Padrón de Licencias, entre otras dependencias involucradas.
	A.7. Obligar a los prestadores de servicio a proporcionar información para la elaboración de estadísticas confiables que permitan planificar el crecimiento del sector.	A.7.1. Crear estrategias de coordinación entre las dependencias.
		A.7.2. Coordinar las dependencias para que todos los registros de los establecimientos de hospedaje sean coincidentes.

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
		A.7.3. Conocer la real oferta y capacidad de hospedaje de Tapalpa, al tener registros actualizados.
		A.7.4. Diseñar planes de desarrollo turístico con información confiable.
		A.7.5. Crear estrategias de desarrollo para el sector turístico en base estadísticas actualizadas.
	A.8. Revisar que reglamento municipal sea acorde al crecimiento del sector.	A.8.1. Crear mesas de trabajo con los actores para desarrollar un reglamento que sea incluyente y acorde al crecimiento del sector turístico.

A.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Cumplimiento de las verificaciones por parte de las dependencias
 - Número de visitas que realiza las Direcciones de Turismo y Licencias para regularizar los establecimientos que no están registrados
2. Padrón actualizado de los establecimientos de hospedaje y cabañas
 - Porcentaje de establecimientos que se regularizaron a partir de las verificaciones propuestas
3. Coordinación entre dependencias
 - Número de reuniones de trabajo entre las direcciones involucradas en la regularización de los establecimientos
 - Integración de convenios de colaboración
4. Generar información oficial confiable y homologada entre las dependencias y direcciones involucradas

- Actualizar registros de los establecimientos de hospedaje y hacer que la información sea la misma en todos los documentos oficiales
5. Actualizar el reglamento municipal de turismo
- Exigir que la administración analice sus reglamentos y que actualice conforme a los requerimientos

B. Competencia desleal entre los prestadores de servicio

Existe una fuerte competencia por atraer a los turistas, por lo que los prestadores de servicio compiten con precios; sin embargo los establecimientos que no están debidamente registrados, pueden competir con precios menores, abaratando los precios y por consecuencia masificando el destino.

B.1. Instrumentos de planeación y regulación

En Ley General de Turismo en el artículo 58 se señala que es deber de los prestadores de servicio informar al turista los precios, tarifas, condiciones, características y costo total de los servicios y productos que éste requiera (DOF, 2013). Al respecto, la Ley de Protección al Consumidor (DOF, 2013a) en el artículo 57 señala estas mismas condicionantes; sin embargo, la tarifa que se exhibe es la *rack*, es decir el precio más alto que el hotel puede cobrar por una habitación; lo que le permite a los prestadores de servicio competir con el precio según las temporadas y afluencia.

En el artículo 42, fracción VI de la Ley Orgánica de la Administración Pública (DOF, 1976), refiere que es función de la Secretaría de Turismo participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la Administración Pública Federal. Aunque la ley no menciona el establecimiento de precios para las empresas privadas, existen alianzas estrategias entre empresarios donde se acuerdan los precios como lo es el caso del Consejo de Empresarios Turísticos de Tapalpa (CEMTTA).

La Ley General de Turismo en el artículo 55, define que no se considerarán discriminatorias en contra de las personas, las tarifas y precios para el uso, consumo o disfrute, de los bienes o servicios ofertados (DOF, 2013). Por lo que la política de precios puede ser una alternativa para descremar el mercado,

como el caso de Tapalpa que su estrategia ha sido enfocarse en un segmento de ingresos medio-altos y por lo tanto ofertar servicios a un precio más alto.

Esta problemática es causa de la falta de verificación de las licencias de los establecimientos de hospedaje, por lo que es importante incluir a los prestadores en los registros legales.

B.2. Planeación estratégica

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
B. Generar mecanismos que reduzcan la competencia desleal entre los establecimientos de hospedaje	B.1. Integrar a los prestadores de servicio en asociaciones, que permitan trabajar en pro de los intereses particulares y del destino.	B.1.1. Generar mecanismos para facilitar la integración de los prestadores de servicio en organizaciones empresariales.
		B.1.2. Favorecer la creación de asociaciones empresariales.
	B.2. Las asociaciones de empresarios ya existentes, crear los mecanismos para integrar a los demás prestadores de servicio y poder hacer alianzas estratégicas.	B.2.1. Convenios de colaboración entre los prestadores de servicios.
		B.2.2. Generar alianzas estratégicas que permitan competir a los empresarios de manera eficiente.
	B.3. Realizar verificaciones para observar que los hoteleros cumplan con las tarifas establecidas y los servicios ofertados.	B.3.1. Exigir a los establecimientos que exhiban los precios y los servicios que incluyen en las tarifas ofertadas.
		B.3.2. Acordar con los empresarios tarifas en las temporadas altas, para evitar la especulación de los precios.
B.3.3 Realizar verificaciones para integrar a los prestadores que no están debidamente registrados.		

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
	B.4. Generar acuerdos respecto a los mercados meta y los precios que se ofertaran.	B.4.1. Generar acuerdos respecto a la política de precios y el futuro desarrollo turístico de Tapalpa.

B.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Creación de asociaciones empresariales

- Mecanismos para favorecer la integración de los prestadores de servicio en asociaciones.

2. Verificación del cumplimiento y exhibición de tarifas y servicios ofertados

- Visitas efectuadas por las dependencias para analizar el cumplimiento de los acuerdos.

3. Acuerdos de colaboración entre empresarios

- Número de acuerdos realizados por los prestadores de servicio en la fijación de precios y el desarrollo de Tapalpa.

C. Ordenamiento vial

Existe un fuerte congestionamiento vial debido a que las calles son de doble sentido, la traza actual no permite el flujo adecuado; aunado a la saturación vehicular en las temporadas altas, el transporte de camiones por el centro histórico y el estacionamiento de los vehículos en las calles aledañas al primer cuadro.

C.1. Instrumentos de planeación y regulación

La Ley de Movilidad y Transporte del Estado de Jalisco señala en el artículo 14, que es función de los municipios, programar y organizar sus acciones observando las disposiciones del ordenamiento territorial y ecológico. Esa

misma ley en el artículo 15 señala como atribuciones del municipio, autorizar los proyectos de infraestructura vial, carretera, equipamiento vial y servicios conexos, conforme a las normas aplicables de carácter técnico y de ordenamiento territorial (Gobierno de Jalisco, 2013). En la planeación del municipio se deben considerar estos aspectos, los cuales son fundamentales para el crecimiento del municipio.

A pesar de lo que dicta la legislación, cabe señalar que el último Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Tapalpa fue publicado en el año de 1998. En dicho documento se identifican las siguientes acciones:

- Reubicación de la terminal de autobuses.
- Rehabilitación del empedrado y banquetas.
- Par vial que evite el paso vehicular por el centro del poblado.
- Peatonalización de las calles centrales.
- Puente en la calle Ignacio T. López.

De las cuales hasta la fecha se siguen presentando las mismas problemáticas.

Al igual que en el Estudio Técnico del *Modelo de Ordenamiento Ecológico* señalaba como una política de protección y regulación la rehabilitación de las vialidades (SEMADES, s.f.). Sin embargo, ante el crecimiento del municipio es necesario actualizar ambos planes para que sean acordes a la realidad de Tapalpa.

Desde el reglamento de la Ley de Movilidad y Transporte del Estado de Jalisco, en el Artículo 25, señala que las Comisiones Intermunicipales deben participar en el ordenamiento territorial, atlas de riesgos, así como la planeación y programación que en materia de movilidad (Periódico Oficial del Estado de Jalisco, 2013). Es decir, la planeación de las vialidades y la movilidad del municipio debe ser acorde con los planes de desarrollo y el ordenamiento ecológico; a pesar de ellos los documentos de Tapalpa son de hace más de quince años, por lo cual no son acordes con el crecimiento urbano y turístico del municipio.

Con fundamento en el plan de desarrollo y las legislaciones de comunicaciones e ingresos, en otros lugares se cuenta con mecanismos para establecer los impactos de las construcciones sobre las vialidades, por ejemplo en el Estado de México se realiza un dictamen de incorporación e impacto vial, en el cual se determina la factibilidad de incorporar a la infraestructura vial o de cuota, el flujo vehicular y peatonal previsto, como consecuencia de la construcción,

ampliación, modernización u operación de edificaciones o instalaciones de impacto regional, así como las obras y acciones que, en su caso deben llevarse a cabo para mitigar su efecto (H. Ayuntamiento de Metepec, 2013). Este trámite está orientado al apoyo de la ciudadanía a través de sistemas automatizados.

Cabe mencionar que en Tapalpa se carece de estos mecanismos, a pesar del crecimiento inmobiliario que se ha generado en los últimos años. Aunque se cuenta un reglamento sobre la materia, tal documento no está disponible ni en versión electrónica, por lo cual es un retraso en transparencia. Como parte del mejoramiento en materia vial es necesario analizar estos aspectos para hacer un destino más competitivo.

C.2. Estrategias de mejora

Objetivos	Estrategias	Líneas de Acción
C. Crear mecanismos para el ordenamiento vial del centro histórico de Tapalpa	C.1. Ordenamiento de las vialidades del centro histórico.	C.1.1. Crear un plan de ordenamiento vial, actualizado que considere el crecimiento en el centro histórico y en las demás localidades del municipio.
		C.1.2. Identificar los puntos conflictivos y generar alternativas para contrarrestar el impacto que estos generan.
		C.1.3. Generar par viales ⁸ .
	C.2. Creación del Plan de Desarrollo Urbano Municipal.	C.2.1 Reunir mesas de trabajo para la actualización del Plan de Desarrollo Urbano del municipio y no únicamente del centro histórico.
		C.2.2. Integrar los lineamientos vialidad en los planes de desarrollo municipal según lo previsto en las legislaciones.
	C.3. Incluir el Dictamen de Incorporación Vial	C.3.1. Crear mecanismos para incluir a los ciudadanos en la planificación de las vialidades.

⁸ Par vial: Funcionamiento de dos vías paralelas y relativamente cercanas entre sí, cada una con sentido único de circulación, pero diferente entre ellas y que pueden contar con semaforización y sistemas electrónicos para darle fluidez a la circulación (Reglamento de la Ley de Movilidad y Transporte).

Objetivos	Estrategias	Líneas de Acción
		C.3.2. Debido al fuerte crecimiento inmobiliario, es necesario crear acciones que permitan mitigar los impactos que esto genera sobre las vialidades.
	C.4. Publicación del Reglamento de Vialidad	C.4.1. Publicar el reglamento de vialidad del municipio.
		C.4.2. Agilizar trámites para incorporar los impactos viales de las construcciones.

C.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Actualizar el plan de desarrollo urbano municipal

- Colaboración de mesas de trabajo con los inversionistas del sector turístico e inmobiliario para establecer los impactos de las vialidades en el Plan de Desarrollo Urbano Municipal.
- Publicación del plan.

2. Reunir los dictámenes de incorporación vial

- Mecanismos para incorporar la participación ciudadana en la planificación de las vialidades.
- Reglamentación que fomente la participación de los actores involucrados.

3. Actualización del reglamento y su debida publicación

- Crear mesas de trabajo con los actores para actualizar los reglamentos.
- Hacer pública la información mediante los mecanismos que dicta la ley.

D. Consejo de Planeación Urbana

Tapalpa ha tenido en los últimos años un fuerte crecimiento urbano, debido en gran medida al turismo de segunda residencia. Ante tal dinámica, es necesario integrar un consejo encargado de la planeación que busque mitigar los efectos negativos de la expansión de la mancha urbana, y que garantice el crecimiento ordenado de Tapalpa.

D.1. Instrumentos de planeación y regulación

La Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios señala en el artículo 38 y 39, que la planeación municipal del desarrollo deberá llevarse a cabo como un medio para el eficaz desempeño de la responsabilidad de los municipios, con la finalidad de coadyuvar al desarrollo económico y social de sus habitantes. Siendo deber de los municipios contar con un Plan Municipal (Gobierno de Jalisco, 2000a). Al respecto el reglamento de esta misma ley, señala que dentro del plan de desarrollo municipal se debe considerar la estructura urbana y la jerarquización de los centros de población así como la tenencia del suelo (Gobierno de Jalisco, 2011).

Por lo cual el Consejo de Planeación Urbana es el encargado, junto con otras instancias y actores involucrados de la planeación del crecimiento urbano. El Código Urbano de Jalisco, el cual regula la conformación de este consejo, señala que tiene como objeto dictar las normas que permitan establecer las medidas necesarias para ordenar los asentamientos humanos. En el artículo 10 inciso XXXV de este código, señala como las funciones del municipio, promover y participar en la constitución y funcionamiento del Consejo Municipal de Desarrollo Urbano, por lo cual debe autorizar su reglamento y apoyarlo en sus actividades, debiendo aportarle los recursos necesarios para su operación. A pesar de estar instituido por la ley, en Tapalpa no se cuenta con dicha instancia.

Cabe mencionar que el Artículo 120 de este código señala la formulación del Plan Parcial de Desarrollo Urbano, el cual deberá ser aprobado, según lo dispuesto en el artículo 123 (Gobierno de Jalisco, 2009a). Sin embargo, el último plan de Tapalpa es del año 1998, por lo cual no es acorde con el crecimiento que ha tenido el municipio.

D.2. Estrategias de mejora

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
----------	-------------	------------------

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
<p>D. Instalar el Consejo de Planeación Urbana.</p>	<p>D.1. Integrar mesas de trabajo con los actores involucrados.</p>	<p>D.1.1. Convocar la creación del Consejo de Planeación Urbana de Tapalpa.</p>
		<p>D.1.2. Invitar a actores de la sociedad civil para la conformación del consejo.</p>
		<p>D.1.3. Integrar las asociaciones y los encargados del sector turístico a contribuir en el consejo.</p>
		<p>D.1.4. Integrar un plan de acción a corto plazo.</p>
		<p>D.1.5. Formular el reglamento del consejo de planeación urbana.</p>
	<p>D.2. Integrar el Plan Parcial de Desarrollo Urbano de Tapalpa como acción prioritaria del consejo.</p>	<p>D.2.1. Proponer el Plan Parcial de Desarrollo Urbano de Tapalpa e incorporar en la planeación a las demás comunidades y no únicamente el centro histórico.</p>
		<p>D.2.2. Consultar con los actores involucrados el desarrollo del documento mediante mesas de trabajo con las inmobiliarias, el consejo de planeación, los funcionarios y demás actores del sector.</p>
		<p>D.2.3. Publicar el plan de parcial de desarrollo y acatar las medidas propuestas para reducir los efectos negativos del crecimiento urbano.</p>

D.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Integración del Consejo de Planeación Urbana

- Convocatoria con los actores para conformar el consejo.
- Publicación del reglamento y del plan de trabajo del consejo.

2. Formulación y aceptación de Plan Parcial de Desarrollo Urbano

- Crear el Plan Parcial de Desarrollo Urbano de Tapalpa.
- Acatar los lineamientos para el desarrollo del municipio.

E. Mejorar la calidad en el servicio

En Tapalpa existe un fuerte rezago respecto a la calidad en la prestación de los servicios turísticos, debido quizás a la falta de capacitación, profesionalización y regulación del destino. Al respecto, SECTURJAL indica que han proporcionado capacitación durante el periodo 2007 a 2012, a 1,073 personas, respecto a cursos de calidad y anfitrión. Además, en el municipio se oferta la carrera de Profesional Técnico Bachiller en Hospitalidad Turística en el CONALEP, con la intención de que los prestadores de servicios sean locales y cuenten con la preparación adecuada.

La calidad también resulta deficiente en los servicios e instalaciones, debido a que la clasificación de los hoteles no está debidamente normada y verificada por las dependencias adecuadas. A pesar de los esfuerzos de capacitación y mejora de la calidad de los servicios, estos no han tenido mayor impacto, por lo que se deben considerar estrategias para hacer eficiente al destino.

E.1. Instrumentos de planeación y regulación

La norma oficial mexicana NMX-TT-001-1996-IMNC señala los requisitos mínimos de calidad para instituciones educativas que ofrecen estudios relacionados con el turismo (SECTUR, s.f.). A pesar de los estudios de pertinencia de los programas educativos en el CONALEP, hay una falta de coordinación con los empresarios para que los egresados se inserten en el mercado laboral de Tapalpa.

El capítulo V de la Ley General de Turismo, respecto a la Competitividad y Profesionalización en la Actividad Turística, en el artículo 63, inciso IV, señala como competencias de la secretaria, el otorgamiento de incentivos, distintivos, certificados o reconocimientos a los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con los lineamientos establecidos (DOF, 2013).

Una de las principales certificaciones que otorga la Secretaría de Turismo, es el Distintivo H, el cual según lo establecido en la norma NMX-F-605-NORMEX-2004 señala las condiciones que asegura que los establecimientos cumplan con los requerimientos de higiene en la preparación de alimentos. A pesar de ello, solo un establecimiento en Tapalpa cuenta con este nombramiento. Otro de los programas respecto a los lineamientos de higiene es "Punto Limpio", el cual busca incorporar buenas prácticas en los modelos de gestión de las MIPYMES turísticas.

El distintivo M se otorga a empresas que han implementado el Programa de Calidad Moderniza, el cual busca las mejores prácticas en la prestación del servicio en la calidad humana, satisfacción del cliente, gerenciamiento de rutina y mejora, así como una evaluación de los resultados. Aunque no está instituido por ninguna normativa oficial, es uno de los más reconocidos en el sector, sin embargo en Tapalpa solo 10 establecimientos cuentan con este distintivo.

Tapalpa no cuenta con la infraestructura como rampas, accesos adecuados a los establecimientos y unidades hospitalarias. Al respecto, la norma NMX-R-050-SCFI-2006 propone las especificaciones de accesibilidad de las personas con discapacidad a espacios construidos de servicio al público. Inclusive en algunas entidades federativas se ha otorgado por SECTUR y el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) el Distintivo G, el cual busca reconocer a los prestadores de servicio que impulsen infraestructura y servicios de calidad para adultos mayores. Al igual que en el Reglamento Municipal de Turismo refiere en el artículo 7, Inciso VIII, que es deber de la Dirección de Turismo garantizar a las personas con capacidades diferentes la igualdad de oportunidades dentro de los programas de desarrollo del sector turismo.

La Ley General de Turismo en el artículo 4, inciso XII, refiere que es la Secretaria de Turismo la encargada de la regulación para la clasificación de establecimientos hoteleros y de hospedaje (DOF, 2013). Al respecto, el Reglamento Municipal de Turismo en el artículo 2 señala como atribuciones de la Dirección de Turismo, la regulación, clasificación y control de los servicios turísticos (H. Ayuntamiento de Tapalpa, 2013). Aunque existen tres normas respecto a la clasificación de los hoteles, la NMX-TT-005-1996-IMNC (una y dos estrellas); la NMX-TT-006-1996-IMNC (tres y cuatro estrellas) y la NMX-TT-007-1996-IMNC (hoteles de lujo o gran turismo), no existe un procedimiento para otorgar y verificar que los establecimientos cumplan con las características de determinada clasificación.

E.2. Estrategias de mejora

Objetivos	Estrategias	Líneas de Acción
E. Mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos	E.1. Capacitación a los prestadores de servicio.	E.1.1. Convenios de colaboración entre los empresarios y las instituciones educativas que permitan realizar prácticas e incorporar a los egresados en el mercado laboral.
		E.1.2. Realizar una campaña de concientización por parte de la dirección de turismo para mejorar la calidad de los servicios en el municipio.
		E.1.3. Fomentar en las empresas el “Programa de Calidad Moderniza”, mediante cursos de capacitación para que los prestadores de servicio logren mejorar sus procesos y obtener las certificaciones.
		E.1.4. Cumplir con las verificaciones por parte de las dependencias para mejorar la calidad en los servicios ofertados.
	E.2. Regularizar las certificaciones.	E.2.1. Realizar las verificaciones para que los establecimientos que ya obtuvieron alguna certificación sigan cumpliendo con la normativa.
	E.3. Incrementar el número de establecimientos con Distintivo H y M, y Punto Limpio.	E.3.1. Realizar jornadas de trabajo que busquen incorporar a más prestadores de servicio dentro de los lineamientos de los distintivos.
		E.3.2. La Dirección de Turismo deberá verificar que los establecimientos cumplan con la norma e incorporen en sus procesos las metodologías para ser otorgados los diferentes distintivos.
		E.3.3. Capacitar a los prestadores de servicio para obtener las certificaciones y mantener los procesos para asegurar la calidad en los servicios.
	E.4. Accesibilidad de los servicios turísticos.	E.4.1. Incorporar los lineamientos de la normativa para dar accesibilidad a los espacios públicos a las personas con discapacidad.
		E.4.2. Favorecer la incorporación del Distintivo G, para hacer un destino incluyente.

Objetivos	Estrategias	Líneas de Acción
	E.5. Regularizar la clasificación de los establecimientos de hospedaje.	E.5.1. Verificar que los establecimientos cumplan con los servicios que se oferta según su clasificación. E.5.2. Reclasificar los establecimientos de acuerdo a la normativa. E.5.3. Realizar procesos de verificación y control de la clasificación de los establecimientos.

E.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Incrementar los cursos de capacitación personal mediante la coordinación de las entidades educativas, dependencias de gobierno y empresarios.
 - Incrementar la inserción de los egresados del CONALEP en el mercado laboral de Tapalpa.
 - Realizar actividades de capacitación para mejorar la calidad de los servicios.

2. Incrementar el número de establecimientos que cuenten con Distintivo M, H, G o Punto Limpio.
 - Incrementar en un período de un año el número de establecimientos que cuentan con el Distintivo H y M, así como incorporar el distintivo G de accesibilidad en la planeación turística, y la certificación punto limpio.
 - Verificar que se cumpla lo establecido en los lineamientos de los programas.

3. Reclasificar los hoteles de acuerdo a los servicios ofertados y la legislación vigente.
 - Número de verificaciones para el cumplimiento de las normativas de clasificación de los servicios de hospedaje.
 - Exigir que los hoteles cumplan con los servicios acorde a la clasificación que exhiben.

F. Marca-destino / Marca turística

Una de las recomendaciones para lograr posicionar al destino de Tapalpa es la creación de una marca-destino o marca turística, con la cual se busca atraer a los mercados meta, pero sobre todo posicionar a Tapalpa en el mercado turístico por medio de una estrategia integral de mercadotecnia.

F.1. Instrumentos de planeación y regulación

Dentro de las actividades de promoción del destino, tanto la Ley General de Turismo y su reglamento refieren la conformación de Consejo de Promoción Turística, que busca coordinar las acciones en los tres ámbitos de gobierno con la finalidad de promover el destino. En lo local, el Reglamento Municipal de Turismo de Tapalpa en el artículo 7 señala como atribuciones de la Dirección de Turismo, realizar una labor permanente de promoción y difusión tanto de los centros y zonas de interés turísticos, como de los valores culturales del Municipio, considerados estos como atractivos turísticos.

Una forma de promover e identificar el destino, es mediante la creación de una marca turística. Según el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, una marca es todo signo visible que se utiliza para distinguir e individualizar un producto o servicio de otros de su misma clase o especie. Su función principal es la de servir como elemento de identificación de los diversos productos y servicios que se ofrecen y se prestan en el mercado (IMPI, s.f.). Por lo cual es necesario que esta se encuentre debidamente registrada, en la Ley de Propiedad Industrial. En el capítulo V se señalan los requisitos y el procedimiento para otorgar el uso de la marca.

En algunos casos como en Durango, el registro no se ha podido efectuar debido a la existencia de coincidencias fonéticas con otras empresas. Según el artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial, se establece que no se puede registrar una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente. Cabe mencionar que como marca turística ya existía desde el 2010, otra denominada: “Durango Turismo”.

Existen algunos ejemplos como en la Ciudad de México, donde se realizó un concurso para diseñar el eslogan y la imagen. Bajo los lineamientos de la Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico y la Ley Orgánica de Administración Pública se presentó la convocatoria en el año 2009, donde gano el eslogan “Bésame Mucho”. Posteriormente fue cambiado por la actual administración a “Decidiendo Juntos”. Esta falta de seguimiento, ha provocado

que no exista un real posicionamiento y que no exista continuidad en los proyectos de administraciones pasadas.

Otro ejemplo es el estado de Nayarit, donde desde marzo del 2007 estuvo instituida la marca “Riviera Nayarit”. Con el cambio en administración estatal, la estrategia impulsada fue diversificar de la oferta hacia otros mercados, por lo que se crearon las marcas: “Lagunas Encantadas”, “Nayarit Colonial” y “Sierra del Nayar”. Sin embargo, para los empresarios y la población local, estas solo han sido estrategias de mercadotecnia que no han logrado detonar en el sector.

Esta problemática se debe a que la iniciativa de crear marcas proviene del sector público; por lo cual no ha tenido continuidad ni han logrado el posicionamiento que se esperaría. Para Tapalpa la estrategia debe ser consensada con los actores involucrados, buscando que trascienda a los períodos de las administraciones públicas.

F.2. Estrategias de mejora

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
F. Creación de una marca turística para Tapalpa	F.1. Convocar a los empresarios, académicos y actores locales a la conformación de una marca turística.	F.1.1. Contratar una agencia para que presente un proyecto de marca-destino.
		F.1.2. Integrar acuerdos para generar la marca local en conjunto con los actores involucrados.
		F.1.3. Generar los lineamientos de participación entre gobierno y demás actores.
	F.2. Convocar a la población local a determinar la marca turística.	F.2.1. Incluir dentro de los presupuestos la convocatoria para patrocinar el concurso de marca turística.
		F.2.2. Integrar el jurado calificador y dictaminar la mejor estrategia.
		F.2.3. Registrar la marca como nombre colectivo.
	F.3. Posicionar la marca destino	F.3.1. Dar seguimiento a la marca con el apoyo del Consejo de Promoción Turística.

F.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Creación, registró y difusión de la marca destino

- Integrar dentro de las partidas presupuestarias la convocatoria para la creación de la marca destino.
- Generar el registro correspondiente de la marca frente al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).
- A través de los diferentes niveles de gobierno, el Consejo de Promoción Turística, los grupos empresarias y demás medios, facilitar el posicionamiento de la marca destino.

G. Fusión de las direcciones de turismo y cultura

Desde los gobiernos federales, en la administración de Felipe Calderón se propuso suprimir la Secretaría de Turismo y que las funciones de ésta, fueran incorporadas a la Secretaría de Economía. Para el ámbito local, se pretende atraer a los turistas interesados en la cultura, como el principal mercado meta de Tapalpa. Por ello, sería más eficiente si una misma dirección se hiciera cargo de las actividades culturales y el turismo., tal como se ha experimentado en otras municipalidades de México.

G.1. Instrumentos de planeación y regulación

En la ciudad de Puebla se había propuesto a principios de este año la fusión de la Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo, con el Instituto Municipal de Arte y Cultura, a propuesta del alcalde Antonio Gali Fayad, como parte de la reingeniería de la administración municipal; aunque este proyecto no logró concretarse. Para el caso de Tapalpa y al ser un ayuntamiento de menor tamaño, la fusión favorecería la planeación de las actividades y generaría un ahorro en el presupuesto.

En el estado de Tlaxcala también se presentó la iniciativa de fusionar la Secretaría de Finanzas y el Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Tlaxcala (COPLADET), así como la Secretaría de Turismo que se integraría a la de Desarrollo Económico en el año 2013. Esto les representaría un ahorro aproximado de un millón de pesos. Por lo cual esta iniciativa es una buena alternativa para los municipios.

Para lograr que efectivamente se lleve a cabo en Tapalpa, la fusión de turismo y cultura, se deberá presentar la iniciativa para que se reforme la Ley Orgánica de la Administración Pública Municipal, así como los reglamentos de ambas dependencias. Esta deberá ser aprobada por el Congreso Local y publicada según los mecanismos establecidos en la ley.

Se considera que ya en el Reglamento de Turismo de Tapalpa se plantea que el Consejo Municipal de Turismo debe incluir al director de cultura. También en el artículo 7 inciso XVI, de dicho reglamento, señala que es función de la dirección, realizar una labor permanente de promoción y difusión tanto de los centros y zonas de interés turísticos, como de los valores culturales del municipio, considerados estos como atractivos turísticos. Por lo cual la fusión facilitaría estas actividades. Es decir, este proyecto permitirá a Tapalpa tener una mejor coordinación en la planificación de las actividades, hacer más eficientes los procesos, promover la cultura dentro de las actividades turísticas e incorporar las instalaciones de interés como Casa de Gálvez a los atractivos del municipio. Aunado a que esta iniciativa representará un ahorro dentro de la partida presupuestaria del municipio.

G.2. Estrategias de mejora

Objetivo	Estrategias	Líneas de Acción
<p align="center">G. Fusionar las direcciones municipales de Turismo y Cultura</p>	<p>G.1. Desarrollar un estudio de los efectos de fusionar las dependencias.</p>	<p>G.1.1. Presentar la iniciativa a los actores del sector para concientizarlos de los beneficios que esta representaría.</p>
		<p>G.1.2. Investigar el ahorro presupuestario que se lograría con la fusión de las dependencias.</p>
		<p>G.1.3. Generar un programa de actividades de promoción y desarrollo turístico cultural.</p>
		<p>G.1.4. Proponer las reformas en las leyes correspondientes para llevar a cabo esta iniciativa.</p>
	<p>G.2. Presentar la iniciativa al cabildo con el respaldo de los actores involucrados para su aprobación.</p>	<p>G.2.1. Con base en los mecanismos establecidos por la ley proponer la iniciativa y buscar la aprobación y publicación de esta.</p>

G.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Presentar la propuesta de fusionar las direcciones turismo y cultura.
 - Consenso con los actores involucrados del sector, para presentar el proyecto con el respaldo de estos.
2. Fusión de las direcciones municipales de turismo y cultura.
 - Presentar agenda de trabajo que incluya ambas actividades, mejora presupuestaria y plan de trabajo.

H. Reglamentación del comercio en el centro histórico

Tapalpa presenta un determinado perfil de turista deseable para el destino y los actores locales desean que se mantenga así, de tal modo que se vuelve necesaria una reglamentación del comercio en el centro histórico, que incluya candados para determinados giros. Tal mejora tendría que complementar lo que establecen las reglas de operación del programa Pueblos Mágicos y poder subsanar las lagunas reglamentarias al respecto.

H.1. Instrumentos de planeación y regulación

Según las reglas de operación del programa Pueblos Mágicos, la localidad deberá contar y aplicar un programa de reordenamiento del comercio semifijo o ambulante en las zonas de alta concentración de visitantes o en sitios de interés turístico y en el área de influencia de los mismos. Esta zona deberá de ser debidamente delimitada por las autoridades locales.

Para que una localidad pueda conservar su nombramiento como Pueblo Mágico, tendrá que comprobar el cumplimiento mínimo de un 90% en los ejes y el cumplimiento total de los criterios no negociables, siendo este el reordenamiento del comercio semifijo. En Tapalpa todavía no hay una saturación de comercio en el centro histórico, pero se debe regular para evitar que esto pudiera suscitarse. Por lo cual es necesario revisar las disposiciones del Reglamento Municipal de Mercados y Comercio, así como cumplir con el Programa de Reordenamiento.

Dentro de estas reglamentaciones se debe considerar la regulación y verificación para evitar los giros negros. Al ser Tapalpa un destino familiar, hay un debate entre los empresarios locales por el establecimiento de giros negros

(antros, bares, etc.); sin embargo, el consenso es evitar este tipo de establecimientos que modifican la dinámica local. Por lo cual aspectos como este, debe incluirse dentro de los reglamentos vigentes.

H.2. Estrategias de mejora

Objetivos	Estrategias	Líneas de Acción
H. Reglamentar el comercio en el centro histórico.	H.1. Ordenar a los comerciantes semifijos y ambulantes.	H.1.1. Implementar el plan de ordenamiento del comercio para evitar que se instale en zonas prioritarias.
		H.1.2. Vigilar el cumplimiento de las normativas del Programa Pueblos Mágicos.
	H.2. Prohibir la creación de giros negros y actividades que no vayan acordes con la dinámica local en los reglamentos correspondientes.	H.2.1. Revisar las legislaciones para evitar lagunas legales que permitan la creación de negocios que alteren la dinámica de Tapalpa.
		H.2.2. Concientizar a los empresarios de la importancia de mantener la imagen de Tapalpa.
	H.3. Realizar verificaciones de los negocios establecidos para evitar actividades fuera de la ley.	H.3.1. Según lo establecido en los reglamentos, coordinar con las diferentes dependencias las verificaciones de los negocios establecidos.

H.3. Indicadores de mejora regulatoria

1. Instituir un proceso de verificación para el cumplimiento del Plan de Reordenamiento del Comercio Semifijo o Ambulante.
 - Como parte de las disposiciones del Programa Pueblos Mágicos y para conservar el nombramiento es necesario continuar con las verificaciones y hacer cumplir los planes establecidos.
2. Revisión de los reglamentos y en su efecto generar una propuesta de modificación para evitar la creación de giros negros.
3. Número de verificaciones a los establecimientos.

Cuarta parte

RECOMENDACIONES

1. Recomendaciones

Con base en la información presentada en el diagnóstico sobre competitividad y sustentabilidad del Pueblo Mágico de Tapalpa, se presentan a continuación una serie de recomendaciones enfocadas en dos ejes: la planeación, la gestión del destino, la movilidad y el ordenamiento territorial; y esquemas para fomentar la inversión pública y privada.

Estas recomendaciones tienen el objetivo de atender las distintas problemáticas que presenta el destino. Considerarlas en su conjunto puede contribuir a mejorar la competitividad de Tapalpa y, por consecuencia, una mejora en la experiencia de los turistas que visitan este pueblo mágico del Sur de Jalisco.

1.1. Recomendaciones para la planeación

Los instrumentos de planeación son una herramienta de gestión territorial de gran relevancia. En el caso de los municipios con vocación turística, como es el caso de Tapalpa, su diseño, aprobación, instrumentación, aplicación, evaluación y seguimiento, permiten garantizar la sustentabilidad y competitividad del destino. La puesta en marcha de éstos, además de mejorar el entorno de los habitantes locales, también permite crear condiciones favorables para el desarrollo de la actividad turística.

Para generar condiciones que permitan mejorar la situación actual de Tapalpa, se propone crear, revisar, corregir e implementar los siguientes instrumentos de planeación:

a. Plan Municipal de Desarrollo Turístico Local

- ✓ Se recomienda revisar el contenido de este documento, pues presenta una serie de deficiencias. Los datos presentados son primordialmente descriptivos y, si bien son de utilidad, no aterrizan en estrategias para detonar el desarrollo turístico de Tapalpa.
- ✓ No se establece el modelo turístico que debe seguir Tapalpa, es decir, hace falta definir el objetivo central de este instrumento y establecer el modelo turístico que Tapalpa va seguir en el largo plazo.
- ✓ Así mismo, una vez establecido el modelo turístico de Tapalpa, se recomienda construir un plan de acción a seguir, en el que se establezcan compromisos claros para cada uno de los actores involucrados en la actividad turística local.

b. Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico

- ✓ El instrumento vigente data del año de 1998, es decir, de hace 16 años, por lo que se recomienda revisar el documento y actualizarlo. En dicho instrumento se debe incluir también un reglamento de imagen urbana que contemple la conservación de la fisionomía urbana, característica del destino.

c. Plan de Desarrollo Urbano Municipal

- ✓ La dinámica turística se ha extendido por casi todo el municipio de Tapalpa. Se prevé un crecimiento del sector inmobiliario y de desarrollos turísticos por lo menos hasta el 2025, por lo cual se recomienda contar con un Plan de Desarrollo Urbano Municipal.
- ✓ Dicho instrumento permitirá regular el crecimiento urbano del municipio y, eventualmente podrá contar con una herramienta para planear la dotación de servicios en las distintas zonas del municipio.

d. Consejo Municipal de Desarrollo Urbano

- ✓ Ante la dinámica de crecimiento urbano del municipio, se propone la conformación de un Consejo Municipal de Desarrollo Urbano. Este consejo tendría como objetivo evaluar y dar el visto bueno a los proyectos que en materia de desarrollo inmobiliario se presenten en Tapalpa.
- ✓ Se propone que este consejo esté integrado por personajes reconocidos de la sociedad tapalpense y por expertos en desarrollo urbano. Se contempla que este órgano trascienda más allá de los períodos de la administración pública municipal, y que con ello garantice un crecimiento urbano ordenado.

1.2. Recomendaciones para la gestión del destino

La gestión turística en un elemento fundamental para la competitividad de los destinos turísticos. La forma en que los actores turísticos locales (empresarios, sociedad, gobierno municipal, población local, prestadores turísticos) se organizan y gestionan la forma de hacer turismo en su localidad es determinante para la construcción del perfil turístico de Tapalpa. Es por ello que a continuación se presentan algunas recomendaciones para mejorar la gestión turística de Tapalpa:

a. Consejo Consultivo para el Desarrollo Turístico de Tapalpa

- ✓ Debido a que la actividad turística se ha extendido a lo largo de casi todo el municipio, se propone la instalación de un Consejo Consultivo para el Desarrollo Turístico de Tapalpa, cuyo objetivo será planear y promover el desarrollo turístico de todo el municipio.
- ✓ También se sugiere que este consejo se integre por empresarios y prestadores turísticos, autoridades municipales, así como representantes sociales de las localidades involucradas, la cultura y la educación.
- ✓ Ante las limitaciones espaciales del Comité Tapalpa Pueblo Mágico para intervenir sólo en el centro histórico, el Consejo Consultivo para el Desarrollo Turístico de Tapalpa tendría atribuciones para hacer gestión turística no sólo en la cabecera municipal, sino en todo el municipio. Este consejo no sería excluyente del Comité de Pueblos Mágicos, por el contrario integraría esta iniciativa junto con las demás que existen en Tapalpa.
- ✓ Las funciones de este consejo serían promover el desarrollo turístico sustentable para Tapalpa. De igual forma establecerían las estrategias de promoción turística para el destino, entre otras funciones.

b. Dirección de Turismo y Cultura

- ✓ El turismo y la cultura local no pueden trabajar de forma disociada, es por eso que se propone la fusión de las direcciones de turismo y de cultura en una sola, al igual que se hace en otros municipios.

c. Marca-destino (marca turística)

- ✓ Para efectos de posicionar al destino Tapalpa y con ello mejorar su competitividad en el mercado turístico, se recomienda la creación de una marca-destino, es decir de una marca turística.
- ✓ La marca-destino se compone de un logotipo y un *slogan* que incorporan los atributos del destino, mismos que a su vez le otorgan identidad.
- ✓ Para lograr el posicionamiento de la marca, se deberá emprender una campaña publicitaria en diferentes canales de comunicación. A su vez, se deberán seleccionar los mercados meta (ciudades, entidades, regiones) a los que se desea llegar, para garantizar una mayor eficiencia del recurso invertido.

d. Socialización del programa Pueblos Mágicos

- ✓ Se recomienda una campaña de socialización del programa Pueblos Mágicos entre la población del municipio.
- ✓ La socialización deberá tener como objetivo que la población local conozca el sentido del programa Pueblos Mágicos, y su incorporación como un elemento de identidad local.
- ✓ También deberán socializarse los alcances y limitaciones de dicho programa, pues la desinformación que persiste actualmente ha originado malestar por la ejecución de algunos proyectos en el centro histórico, tal como lo estipulan las reglas de operación de dicho programa.

1.3. Recomendaciones para la movilidad

La movilidad de vehículos y de personas es un factor clave que determina en gran medida la competitividad de los destinos turísticos. El tránsito de vehículos y personas debe desarrollarse de forma tal, que garanticen fluidez, seguridad, apropiación del espacio público y la creación de espacios incluyentes, es decir, con accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

La planeación de la movilidad urbana debe enfocarse en dos cuestiones fundamentales: cómo pensar la movilidad urbana en términos de equidad y sustentabilidad, y cómo implementar dichas soluciones para que la población

se apropie de ellas (ITDP, 2012). Con base en esto, se hacen las siguientes recomendaciones para mejorar la movilidad en Tapalpa:

a. Plan de movilidad

- Se recomienda diseñar y poner en marcha un plan de movilidad para el municipio de Tapalpa, con énfasis en la cabecera municipal, que permita generar herramientas para la mejora en este renglón.
- El proceso de elaboración y el seguimiento del plan requieren necesariamente del involucramiento activo de la sociedad. Es fundamental que la participación implique diálogo deliberativo para que la sociedad colabore en la elaboración del plan, se apropie de él e impulse su implementación. La importancia de la participación va más allá del simple sentido práctico: descansa en los principios fundamentales de una sociedad democrática (ITDP, 2012).

b. Reglamento de vialidad

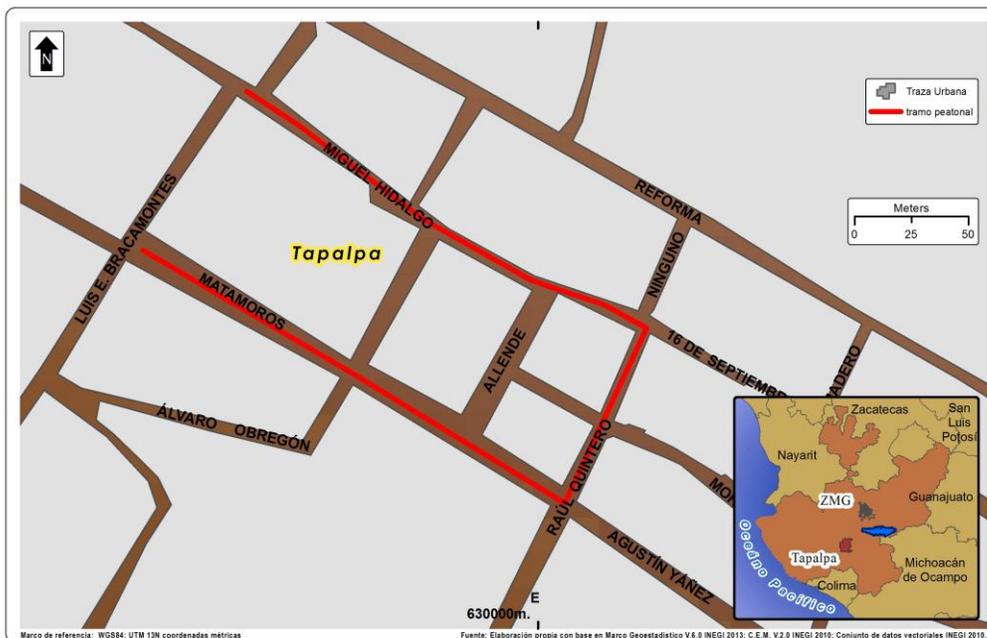
- ✓ Se recomienda actualizar y adecuar a las necesidades actuales el reglamento de vialidad municipal, con el objetivo de que este instrumento cumpla con el ordenamiento legal acerca de la circulación de personas y el tránsito de vehículos.

c. Ordenamiento vial de las calles en el centro histórico

- ✓ Se recomienda establecer un ordenamiento vial en toda la cabecera municipal. Además, tal ordenamiento debe considerar pares viales para evitar los congestionamientos que se presentan en algunas de las calles más transitadas.
- ✓ Además, debe considerarse la presencia de agentes de la Secretaría de Movilidad en la primera etapa de este ordenamiento para evitar cualquier tipo de contratiempo.

d. Peatonalización temporal de calles

- ✓ Para agilizar la circulación de las personas dentro del centro histórico de Tapalpa, se recomienda la peatonalización temporal de algunas calles.
- ✓ El cierre de calles para permitir sólo el paso peatonal deberá planearse con base en un calendario de eventos, pero también con base en la demanda del espacio público, que por lo regular se presenta los fines de semana.
- ✓ Para efectos de esta recomendación, se propone considerar las siguientes calles: Miguel Hidalgo, de Privada Luis Bracamontes a Raúl Quintero; calle Matamoros en el mismo tramo; calle Raúl Quintero, de 16 de septiembre a Agustín Yáñez/Matamoros (véase croquis).



e. Transporte público local

- ✓ Se recomienda la creación de una red de transporte público local, que conecte a Tapalpa con algunas de las localidades más importantes del municipio, donde además se encuentran algunos atractivos turísticos.
- ✓ Este servicio no sólo beneficiaría a la población local, sino que también los turistas se verían beneficiados con este servicio.

1.4. Recomendaciones para el ordenamiento territorial

El Ordenamiento Territorial (OT) se concibe como un proceso y una estrategia de planificación de carácter técnico-político, a través del cual se pretende configurar en el corto, mediano y largo plazo, una organización del uso y ocupación del territorio, acorde con las potencialidades y limitaciones del mismo, las expectativas y aspiraciones de la población y los objetivos sectoriales de desarrollo (económicos, sociales, culturales y ecológicos) (UNAM; SEDESOL; SEMARNAT; INE, 2004).

Al respecto, se establecieron para el caso de Tapalpa las siguientes recomendaciones en este renglón:

a. Sustentabilidad del paisaje

- ✓ Parte de los fines del ordenamiento territorial es tener un adecuado manejo del paisaje urbano y forestal de Tapalpa, es por eso que se recomienda tener en cuenta una propuesta sustentable del paisaje forestal en conjunto con el paisaje urbano como parte del manejo integral del territorio.
- ✓ Esta consideración implica tomar en cuenta los elementos bióticos, abióticos y antrópicos del territorio, para determinar las áreas de crecimiento del núcleo urbano, evitando la depredación intensiva de su atractivo: el bosque.
- ✓ Se recomienda también la adecuación de corredores biológicos, como diseño de arboladas, que comiencen justamente en el núcleo urbano, el cuidado de los arroyos y ríos; diseño de senderos y la adecuada ubicación de praderas, para sobresaltar el paisaje, así como mantener, estabilizar y reducir la pérdida de suelo, sobre todo en pendientes mayores a 15% de inclinación.

b. Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio

En concordancia con lo que establece la Ley Estatal del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LEEEPA), se presentan las siguientes recomendaciones para el caso de Tapalpa:

- ✓ Se recomienda que el municipio de Tapalpa, en coordinación con la Secretaría del Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco

(SEMADET), elaboren el Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio de Tapalpa (POETT).

- ✓ Dicho instrumento permitirá contar con las herramientas legales para el crecimiento ordenado del territorio, incluyendo las actividades turísticas.

c. Atlas de riesgos

- ✓ Se recomienda que el municipio de Tapalpa elabore el *Atlas de Riesgos* para efectos de que este instrumento actúe en sinergia con el Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio y el Plan Municipal de Desarrollo Urbano.

2. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada

El desarrollo turístico no sólo se puede basar en los recursos y atractivos turísticos. Para que esta actividad se consolide como palanca de desarrollo de un destino como Tapalpa, se requieren inversiones, tanto del sector público, como de la iniciativa privada para poner en valor los recursos, generar empleos para la población local, mejorar la prestación de servicios públicos, aumentar la competitividad del destino y, por consecuencia, mejorar la calidad de vida de los habitantes locales.

Para lograr que las inversiones lleguen a Tapalpa, se deben crear ciertas condiciones. Se deben exaltar factores como: las bondades de invertir en el destino, certeza legal sobre la propiedad privada, incentivos fiscales, pero sobre todo, se debe hacer de forma racional y planeada.

El primer paso es identificar y priorizar las necesidades en materia de inversión pública para Tapalpa, pues con ello se generan las condiciones para incentivar la inversión privada. Para esta última, es indispensable analizar en primera instancia si se requiere dicha inversión y, si es el caso, determinar en qué rubros se debe invertir y, lo más importante, determinar los inversionistas potenciales. Por eso, se recomienda tomar en cuenta los siguientes esquemas para fomentar la inversión pública y privada en Tapalpa.

2.1. Acciones desde el sector público

Para poder atraer la inversión privada a Tapalpa, primero es indispensable realizar inversiones por parte del sector público. Para ello no sólo se debe contar con los recursos de la administración pública local, sino también se deben gestionar recursos estatales y federales. La inversión pública debe orientarse a crear un ambiente favorable para la inversión privada, es decir, la incorporación de infraestructura adecuada y dotación de servicios para, en este caso, atraer la inversión en el sector turístico. Es por ello que para Tapalpa se identificaron rubros en los que se necesita inversión pública como los siguientes:

- a) Ampliación y mejoramiento de las vías de comunicación.
- b) Ocultamiento de la red eléctrica y telefónica en toda la cabecera municipal⁹.
- c) Ampliación de la red de drenaje municipal.

⁹ El principal atractivo de Tapalpa es su fisionomía urbana, la cual no sólo es característica del primer cuadro, sino de toda la cabecera municipal.

- d) Rehabilitación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) de Tapalpa.
- e) Creación de una red de transporte público local (municipal e intermunicipal).
- f) Colocación de señalética turística.
- g) Homogenización de la nomenclatura en la cabecera municipal.
- h) Instalación de paradores turísticos que permitan la observación del entorno cercano a Tapalpa, como el Nevado de Colima y la Laguna de Sayula.
- i) Rehabilitación de fachadas en la cabecera municipal.

Estas áreas de oportunidad para la inversión pública representan una mejora en las condiciones de vida para los pobladores locales, pero también mejoran el ambiente para la llegada de inversiones, entre otras, las del sector turístico.

2.2. Posibilidades de inversión para el sector privado

La inversión no sólo debe provenir de recursos público, es por eso que se debe fomentar la inversión por parte de la iniciativa privada. Dichas inversiones deberán orientarse al desarrollo de establecimientos de hospedaje, alimentación, servicios complementarios y la generación de atractivos turísticos.

Para el caso de Tapalpa se han identificado algunas áreas en donde se requiere invertir para poder ampliar la oferta y mejorar la competitividad de Tapalpa como las siguientes:

- a) Renovación del parque vehicular que ofrece el servicio de transporte foráneo.
- b) Construcción de un centro de convenciones para Tapalpa.
- c) Estacionamientos de borde (perimetrales).
- d) Remodelación de establecimientos de hospedaje y de alimentos y bebidas.
- e) Aumento de la oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.
- f) Incremento de la oferta de atractivos turísticos.
- g) Proyectos de turismo comunitario.

Además, existen otros rubros en los que la iniciativa privada podría invertir; sin embargo, primero se debe elaborar estrategias de fomento a la inversión turística en Tapalpa, en donde se delinee el modelo turístico que se quiere y,

por ende, se determine si existen otras áreas de inversión potencial, como la inmobiliaria.

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
<i>1. Destinar inversión pública para la dotación de servicios e infraestructura</i>	1.1. Gestionar recursos en los ámbitos estatal y federal	1.1.1. Revisar convocatorias para concursar por recursos a nivel estatal, federal y financiamiento de organismos internacionales	H. Ayuntamiento de Tapalpa
		1.1.2. Fortalecer la capacidad de gestión de recursos	H. Ayuntamiento de Tapalpa / Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas de Jalisco
	1.2. Definir una cartera de proyectos prioritarios en materia de infraestructura y servicios	1.2.1. Consensar con los actores cuáles son los proyectos prioritarios en materia de infraestructura y dotación de servicios	H. Ayuntamiento de Tapalpa
		1.2.2. Definir un portafolio de proyectos de inversión para el sector público con la documentación necesaria para poder concursar por recursos	

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
2. Difundir las ventajas de invertir en Tapalpa	2.1. Establecer un Plan Estratégico de Fomento a la Inversión en Tapalpa	2.1.1. Definir los rubros del sector turístico de Tapalpa donde se necesita invertir	H. Ayuntamiento de Tapalpa / Asociaciones de empresarios turísticos locales
		2.1.2. Establecer el perfil de inversionista que se quiere atraer para Tapalpa	
		2.1.3. Definir el modelo turístico para Tapalpa en el largo plazo	
		2.1.4. Establecer candados legales para evitar las inversiones irracionales, que contrasten con el modelo turístico deseado para Tapalpa	

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
3. Identificar proyectos de inversión	3.1. Establecer un portafolio único de proyectos de inversión en el sector turístico	3.1.1. Concretar mesas de trabajo entre los distintos actores para definir proyectos turísticos estratégicos	H. Ayuntamiento de Tapalpa / Asociaciones de empresarios turísticos locales / SECTURJAL
		3.1.2. Analizar qué proyectos de inversión turística se requieren para mejorar la competitividad de Tapalpa	
		3.1.3. Definir un portafolio integral de proyectos de inversión turística único y a largo plazo	
	3.2. Garantizar la sustentabilidad de los proyectos de inversión	3.2.1. Establecer criterios de sustentabilidad para cada uno de los proyectos que se presenten	H. Ayuntamiento de Tapalpa / SECTURJAL
		3.2.2. Socializar los proyectos entre la población local cuando estos puedan afectar sus intereses	H. Ayuntamiento de Tapalpa / Inversionista (s)
		3.2.3. Evaluar la correcta ejecución de los proyectos, de acuerdo a los criterios de sustentabilidad previamente aprobados	H. Ayuntamiento de Tapalpa / Instancias correspondientes en la esfera estatal
	3.3. Garantizar la rentabilidad de las inversiones privadas	3.3.1. Elaborar un plan de negocios para cada uno de los proyectos	Inversionistas

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
4. Otorgar certeza a las inversiones en Tapalpa	4.1. Dar garantías jurídicas a los posibles inversionistas	4.1.1. Ofrecer garantías sobre la tenencia de la tierra	H. Ayuntamiento de Tapalpa
		4.1.2. Mejorar el aspecto jurídico para las inversiones en Tapalpa	
5. Garantizar agilidad en la tramitología para los inversionistas	5.1. Reducir el número de trámites burocráticos	5.1.1. Aplicar un programa de mejora regulatoria para trámites burocráticos	H. Ayuntamiento de Tapalpa
		5.1.2. Agilizar la atención de trámites para la atención de inversionistas	
	5.2. Establecer un canal de gestoría integral	5.2.1. Designar un funcionario que dé seguimiento puntual a cada uno de los proyectos de inversión en proceso	H. Ayuntamiento de Tapalpa / SECTURJAL
		5.2.2. Realizar las gestiones correspondientes ante la autoridad federal y estatal	

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
6. Otorgar incentivos fiscales al sector turismo	6.1. Incentivar las inversiones desde el ámbito municipal	6.1.1. Diseñar un programa de exención de impuestos municipales. Por ejemplo, condonar por un período el impuesto predial	H. Ayuntamiento de Tapalpa
	6.2. Establecer un programa de incentivos fiscales que favorezca la inversión turística en Tapalpa	6.2.1. Tasa 0 para el turismo de reuniones	Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
		6.2.2. Tasa de I.V.A. menor para la actividad turística	
		6.2.3. Otorgar apoyos fiscales a las PyMES turísticas ya establecidas en Tapalpa	
		6.2.4. Ofertar cursos de capacitación y regulación para los negocios turísticos en Tapalpa	
7. Establecer una política integral de financiamiento al sector turístico	7.1. Otorgar crédito para la inversión	7.1.1. Gestionar el financiamiento exclusivo para proyectos turísticos	Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas de Jalisco
		7.1.2. Conceder créditos flexibles para inversionistas / emprendedores	Gobierno de Jalisco / Banca de desarrollo
	7.2. Democratizar la inversión turística en Tapalpa	7.2.1. Conferir créditos para micro-empresas establecidas del sector turístico en Tapalpa	Gobierno de Jalisco
		7.2.2. Otorgar créditos para proyectos turísticos de la población local (individuales o comunitarios)	Gobierno de Jalisco

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	RESPONSABLE
8. Acordar alianzas regionales en proyectos de interés común	8.1. Definir proyectos de inversión de alcance regional	8.1.1. Discutir los proyectos turísticos y de infraestructura previstos por otros municipios	SECTURJAL / H. Ayuntamiento de Tapalpa / COPROFOTUR Sierra de Tapalpa / Municipios involucrados
		8.1.2. Acordar una agenda común de proyectos de inversión en infraestructura turística	
	8.2. Mejorar la competitividad turística de la región	8.2.1. Definir un portafolio de proyectos de infraestructura turística que beneficie a la región en su conjunto	SECTURJAL / H. Ayuntamiento de Tapalpa / COPROFOTUR Sierra de Tapalpa / Municipios involucrados
		8.2.2. Gestionar recursos para la ejecución de dichos proyectos	

3. Gestión turística del patrimonio cultural

Tapalpa es un pueblo con gran potencial de turismo cultural gracias a su valor histórico ligado fuertemente a la colonización de la región, la evangelización; la industrialización; la guerra cristera, el valor patrimonial de sus edificaciones y objetos; por el valor simbólico de su patrimonio inmaterial. Además, el pueblo tiene interesantes crónicas y leyendas locales que no se han divulgado para fortalecer el turismo cultural del destino.

En la oferta turística de Tapalpa no están consolidados los recorridos turísticos por el pueblo debido a que no existen guías que proporcionen el servicio. La información es escasa y solamente se ofrece en la Dirección de Turismo del municipio, teniendo que realizarse el recorrido por cuenta propia. El centro histórico de Tapalpa tiene potencial alto para integrar el patrimonio edificado, histórico, artístico e inmaterial, y promover el destino como un lugar lleno de magia. La Dirección de Cultura contempla la posibilidad de crear una ruta en vinculación con localidades cercanas para fomentar la integración turística del pueblo mágico con otras localidades.

Tapalpa está rodeado de poblados con gran potencial cultural para el disfrute del turista tanto nacional como internacional, pero no son visitados con frecuencia por lo que el turismo aún no impacta de ninguna forma. Falta diversificar la oferta turística y motivar al consumo de productos culturales por parte del mercado cautivo con el que ya cuenta Tapalpa. Es por eso que se proponen estrategias para gestión turística del patrimonio cultural.

3.1. Aprovechamiento integral del patrimonio

Estrategia 1: Turismo con-sentido cultural

Proyectos y líneas de acción:

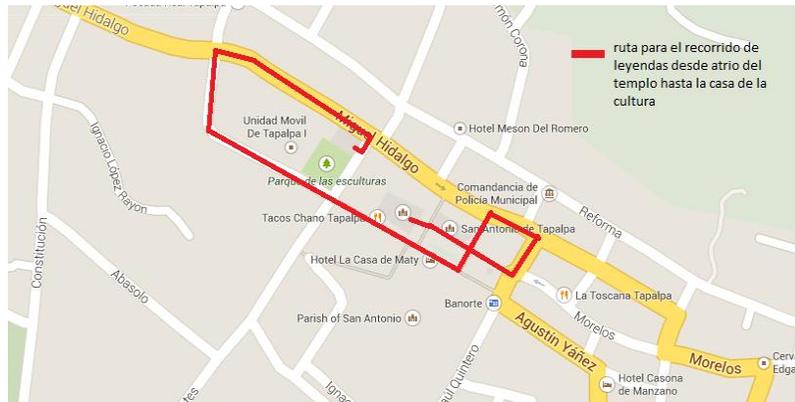
a) Recorridos nocturnos dramatizados y musicalizados

- ✓ Revivir pasajes históricos de Tapalpa mediante un recorrido guiado por artistas escénicos caracterizados que dramaticen situaciones en puntos emblemáticos; con base en un guion elaborado con el apoyo de gestores culturales, fundamentado en investigación de la historia y la tradición oral, de crónicas, anécdotas y leyendas. Hacerse acompañar de un grupo de estudiantina o rondalla que musicalice en sitios determinados.
- ✓ Visitar puntos emblemáticos en Tapalpa, partiendo del centro histórico: plaza jardín principal–kiosco—antiguo Templo de San Antonio, hoy

Museo de Arte Sacro–Templo de Nuestra Señora de Guadalupe– Capilla de la Purísima–las cuatro pilas de la culebras, del perro, del tecolote y la colorada–parque de las esculturas–Casa de la Cultura–Biblioteca Pública – plazoleta del Fresno–las cruces.



- ✓ Contar con asesoría por parte de gestores culturales para capacitar al talento local, acerca de cómo desarrollar el recorrido.
- ✓ Arrancar con recorridos piloto de posicionamiento solamente los viernes.
- ✓ Aplicar un plan de mercadotecnia que contemple: invitación a prensa escrita, radio y televisión de la Zona Metropolitana de Guadalajara para cubrir el recorrido y difundirlo en diversos medios; difusión local en los centros de hospedaje mediante folletos; difusión con el apoyo de la SECTURJAL en sitios web oficiales, redes sociales y folletería; difusión activa desde la localidad en sitio web oficial y redes sociales.



b) Circuito cultural interpretativo

- ✓ Diseñar circuitos vinculando Tapalpa con las localidades más cercanas para lograr que el pueblo mágico obtenga un espectro de imagen más amplio y a la vez detone un desarrollo integral del municipio.

- ✓ Diseñar la ruta como producto turístico, identificando infraestructura y servicios, para visitar: Atacco y su Ex Hospital de Indios – Lagunillas y la Ex Hacienda de la Media Luna–Juanacatlán y el Templo de Nuestra Señora de la Defensa–ruinas de la primera fábrica de papel en el Occidente–Ferrería de Tula–San Antonio.
- ✓ Lograr convenios con transportistas para el traslado de los visitantes.
- ✓ Buscar fuentes de financiamiento por parte de las empresas privadas y el gobierno municipal, estatal y federal, para dotar el circuito de los servicios necesarios.
- ✓ Promocionar el circuito como un producto turístico para los visitantes, a través de medios masivos, sitios oficiales, y una web con contenidos actualizados.

Estrategia 2: Fomento de turismo religioso

a) Ruta peregrina Tapalpa-Juanacatlán

- ✓ Promover un producto turístico basado en el turismo religioso. Se puede aprovechar la devoción por la Virgen de la Defensa en Juanacatlán para potenciar este segmento.

3.2. Fortalecimiento de la identidad cultural

Hay un sentido de pertenencia al territorio por parte de la población local, pero no se mantiene una identificación y valoración sólida del patrimonio propio. Existen ejercicios monográficos sobre Tapalpa resguardados en la Biblioteca Municipal, pero aún no se cuenta con un inventario sistematizado de los recursos culturales materiales e inmateriales y culturales. Por otra parte, las producciones artesanales no han tenido el impulso suficiente, aun cuando representarían una fuente de ingresos directa para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

En cuanto a la animación cultural, la Casa de la Cultura se encarga de distintos talleres enfocados en la educación artística de los residentes. La Dirección de Cultura ha realizado una labor destacada en el apoyo a eventos que permiten a la cabecera y localidades vecinas presentar su folklore y promoverlo a los turistas, abonando así al desarrollo equilibrado en el municipio. Sin embargo,

también se gestionan festivales culturales de alto impacto con apoyo del sector privado, como el Festival de La Luna y el Festival de Magia, en que prevalece la presencia de talento externo.

Respecto a la infraestructura cultural, en Tapalpa hay dos espacios de suma importancia para los habitantes y con gran potencial turístico nacional e internacional, la Casa de la Cultura y la Biblioteca. En el primero falta consolidar las obras de remozamiento del edificio en su parte posterior, para poder incrementar la oferta de cursos, talleres y presentaciones artísticas; el segundo no se encuentra en buen estado de conservación, pero cuenta con un foro donde se pueden organizar eventos académicos y culturales. La rehabilitación integral de estos espacios tendría fuerte impacto sociocultural.

Estrategia 1: Reactivación de la identidad comunitaria

Proyectos y líneas de acción:

a) Rescate de fotografía histórica

- ✓ Convocar a la población en general a participar en exposiciones temáticas periódicas de fotografías familiares e históricas en el Casa de la Cultura, acompañadas de una ficha narrativa sobre la relación de las personas con el pueblo y el paisaje.
- ✓ Promover ampliamente la apertura de la exposición entre estudiosos de la cultura, la antropología, el arte, y la historia.
- ✓ Digitalizar las fotografías y compilar los textos para conformar un archivo de usos y costumbres identitarios.

b) Feria gastronómica y artesanal

- ✓ Organizar un encuentro anual de cocina tradicional y artesanías en la plaza central, integrando a las localidades vecinas mediante un esfuerzo conjunto entre el sector público, privado y la comunidades, destacando las producciones de textiles realizados a mano, ocochal, barro, figuras de floripintura, artículos de piel, madera tallada, vino de la comunidad Ojo de Agua, borrego al pastor, enchiladas dulces, ponches, dulces de leche, conservas de frutas, pegoste, rompope, pulque, nieve de garrafa.
- ✓ Contar con asesoría para los participantes en gastronomía por parte de una institución educativa sobre el manejo de higiene y calidad, y la elaboración de presupuestos.

- ✓ Promover ampliamente el evento, a la par que se concientiza a la sociedad tapalpense del valor patrimonial de la artesanía y gastronomía local.
- ✓ Documentar las recetas tradicionales como fuente de información etnohistórica, bajo el resguardo del sector público, la biblioteca e instituciones educativas.
- ✓ Elaborar un directorio de productores artesanales en el pueblo mágico y en las localidades del municipio.

Estrategia 2: Valoración del patrimonio y el talento local

Proyectos y líneas de acción:

a) Conocimiento de recursos culturales de alto impacto

- ✓ Identificar y registrar por medio de fichas el patrimonio cultural (material e inmaterial) y natural, resaltando su situación actual respecto a uso turístico y potencialidades, para elaborar un inventario actualizado que sea resguardado por el sector público, el archivo de la biblioteca e instituciones académicas.
- ✓ Edición de una guía cultural de atractivos patrimoniales en Tapalpa para su divulgación entre los visitantes y la población.

b) Directorio de talento local

- ✓ Identificar y registrar por medio de fichas al talento artístico local con ayuda de la Casa de la Cultura, para poder activar una política cultural desde la base y no recurrir a priorizar los talentos externos.

Estrategia 3: Posicionamiento de la infraestructura cultural

Proyectos y líneas de acción

a) Consolidación de la Casa de la Cultura

- ✓ Dar seguimiento a las labores de restauración del edificio que alberga a la Casa de la Cultura.

- ✓ Implementar talleres y cursos sobre cultura popular en cuanto a artesanía y gastronomía, para los habitantes del lugar y los visitantes.
- ✓ Efectuar semestralmente la presentación de los talleres para la localidad y el visitante nacional y extranjero.

b) Reactivación de la Biblioteca Pública Municipal

- ✓ Iniciar labores de restauración del edificio y del mural sobre la historia de Tapalpa.
- ✓ Acondicionar el foro para que pueda ser sede de eventos, como presentaciones de libros, de poesía, conferencias, seminarios, sin alterar el uso cotidiano de la biblioteca como recinto de soporte educativo local.

3.3. Cultura turística en acción

De forma generalizada, la población local de Tapalpa no conoce a fondo el programa Pueblos Mágicos y sus posibles beneficios. Hay una percepción de que el turismo ha provocado cambios en la fisonomía del pueblo a los que tienen que adaptarse, y no se han alcanzado a sentir los efectos positivos. No todos los pobladores locales que se han involucrado en la dinámica del turismo han recibido capacitación en cultura turística. Por otra parte, en Tapalpa no existe el servicio de guías de turistas, lo que dificulta la interpretación del pueblo en su riqueza cultural y natural. En el centro educativo CONALEP ya se están formando las primeras generaciones de guías, pero aún falta tiempo para el impulso de esta actividad.

Estrategia 1: Anfitriones con calidad y pertenencia

Proyectos y líneas de acción

a) Capacitación y acreditación a guías de turistas

- ✓ Promover el proceso de formación académica de guías, mediante el Diplomado de Guías Turistas Generales que derive en la credencialización oficial de quienes estén autorizados para ejercer la actividad turística.

b) Sensibilización a comunidad receptora como anfitriones de turismo

- ✓ Operar un curso de Anfitrionía Turística sobre los beneficios potenciales del turismo, el cuidado de atractivos y el buen trato brindado a visitantes, dirigido a dos sectores diferenciados: personal de primer contacto y estudiantes de primaria, secundaria y preparatoria.
- ✓ Distribuir entre la sociedad en general folletos informativos sobre el programa Pueblos Mágicos, en que se destaque de qué trata, sus objetivos, principales acciones, alcances, y formas de integración para el beneficio social.

c) Alianza educativa para el fomento de cultura turística

- ✓ Lograr convenios de servicio social y prácticas profesionales con instituciones educativas de nivel superior, que consistan en la elaboración de proyectos de impacto turístico sometidos a concurso para su puesta en marcha.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COEPO–Consejo Estatal de Población de Jalisco (2012). *Índice de Desarrollo Municipal, 2012*. México.

COFEMER- Comisión Federal de Mejora Regulatoria. (s.f.) *¿Qué es la mejora regulatoria?* Recuperado de:
<http://www.cofemertramites.gob.mx/intranet/cofemertramites/cofemerwebsite/cwHome.asp?PageID=97>

CONAPO–Consejo Nacional de Población. *Índice de Marginación 2010*. México.

Cruz M., Miguel A.; Rodríguez B., José A. y Zamora M., Perla M. (2013). «Pueblos Mágicos: ¿Proyecto de revalorización e inserción dentro del mercado turístico nacional? Tapalpa y Mazamitla». *Topofilia*. Vol. IV, número 1. México, pp. 879-901.

Cruz S., Ofelia y Pantoja M., Verónica (1996). *Estudio de mercado para la creación de un establecimiento de turismo social en Tapalpa, Jalisco*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Guadalajara. México.

De la Torre, Federico (2007). *El patrimonio industrial jalisciense del siglo XIX: entre fábricas de textiles, de papel, y de fierro*. Gobierno de Jalisco: Secretaría de Cultura. México.

DOF- Diario Oficial de la Federación. (1976). *Ley Orgánica de la Administración Pública*. Última reforma publicada DOF 26-12-2013.

— (2012). *Ley de la Propiedad Intelectual*. Recuperado de:
www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf

— (2013). *Ley General de Turismo*. Recuperado de:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf>

— (2013a). *Ley Federal de Protección al Consumidor*. Recuperado de:
http://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/Ley_fed_protec_consum.pdf

El Economista. (2010). Jalisco también va por el mercado de jubilados, en El Economista. Recuperado de:
<http://eleconomista.com.mx/estados/2010/12/19/jalisco-tambien-va-mercado-jubilados>

Gobierno de Jalisco (2000). *Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios*.

— (2000a). *Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios*. México.

— (2002). *Ley de Promoción Turística del Estado de Jalisco*. México.

— (2009). *Ley de Mejora Regulatoria del Estado de Jalisco y sus Municipios*. México.

— (2009a). Código Urbano para el Estado de Jalisco. México.

— (2011). *Reglamento de la Ley de Planeación para el Estado de Jalisco*. México.

— (2012). *Tapalpa, Diagnóstico del Municipio*. Sistema de Información Estadística y Geográfica de Jalisco. México.

— (2012a). *Ley de Turismo del Estado de Jalisco y sus Municipios*. México.

— (2013). *Ley de Movilidad y Transporte del Estado de Jalisco*. México.

— (2014). *Ley de ingresos del municipio de Tapalpa, Jalisco; para el ejercicio fiscal del año 2014*. México.

H. Ayuntamiento de Mazamitla (2010). *Plan Municipal de Desarrollo 2010-2012*. México.

I. Ayuntamiento de Metepec. (2013). *Programa Anual de Mejora Regulatoria*. México. Recuperado de:
http://www.metepec.gob.mx/mejora%20regulatoria/documentos/Programa_Anual_de_Mejora_Regulatoria_2013.pdf

H. Ayuntamiento de Tapalpa (1998). *Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Tapalpa, Jalisco*. México.

- (2011). «Convenio Intermunicipal para Desarrollo de Zona Sur», en *Tu Gaceta*. Núm. 7, Año 02. México.
- (2012). *Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015*. México.
- (2013). *Reglamento Municipal de Turismo de Tapalpa*. México.
- H. Ayuntamiento de Tapalpa; SECTUR; FIDETUR (2013). *Plan de Desarrollo Turístico Local 2013-2018*. México.
- Hoyo C., Guadalupe. y Hernández L., Oscar (2008). «Localidades con recursos turísticos y el programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la nueva ruralidad. Los casos de Tepotzotlán y Valle de bravo en el Estado de México». *Revista Quivera*, vol. 10, núm. 2, julio-diciembre. México. pp. 111-130.
- IMPI – Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *¿Cómo registrar un signo distintivo?* México. Recuperado de:
<http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/ComoRegistrarSignoDistintivo.aspx>
- INEGI–Instituto Nacional de Estadística y Geografía (1987). *Anuario Estadístico del Estado de Jalisco de 1986 Tomo 1*. México.
- (1991). *Anuario Estadístico del Estado de Jalisco Edición 1990*. México.
- (2000). *Censo General de Población y Vivienda 2000*. México.
- (2010). *Censo General de Población y Vivienda 2010*. México.
- ITDP–Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo en México (2012). *Planes Integrales de Movilidad. Lineamientos para una movilidad urbana sustentable*. México.
- Matteucci, Xavier (2011). «Turismo de segunda residencia: Balance de un desarrollo en la costa Pacífico Sur de Nicaragua». *Investigaciones Turísticas*. N° 1, enero-junio. México. pp. 21-36.
- Matute, G. Carlos (2011). «Pueblos Mágicos y las políticas públicas». *La Crónica de Hoy*. México. Recuperado de:
<http://www.cronica.com.mx/notas/2012/619123.html>

- Milenio. (2014). «Deja turismo cinegético derrama de 11 mdp». *Milenio Tamaulipas*. México. Recuperado de: [http://www.milenio.com/region/temporada de caza-turismo cinegetico 0 281372188.html](http://www.milenio.com/region/temporada_de_caza-turismo_cinegetico_0_281372188.html)
- OECD-Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2012). *Revisiones de la OCDE sobre Reforma Regulatoria México. Hacia una perspectiva de gobierno entero para la mejora regulatoria. Informe de las principales conclusiones*. México.
- OEM. (2014). «Impulsan turismo cinegético en Jalisco». *El Occidental*. México. Recuperado de: <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n1237161.htm>
- Periódico Oficial de El Estado de Jalisco. (2013). *Reglamento de la Ley de Movilidad y Transporte del Estado de Jalisco*. 9 de Septiembre del 2013. México. Recuperado de: http://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/Reglamento%20de%20la%20Ley%20de%20Movilidad%20y%20Transporte_1.pdf
- Pineda, Ricardo. (2014). «Jalisco se lanza a la aventura de los “baby boomers”, en Forbes México». México. Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/sites/jalisco-se-lanza-la-aventura-del-turismo-vip/>
- PNUD–Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2009). *Informe sobre Desarrollo Humano Jalisco 2009. Capacidades Institucionales para el Desarrollo Humano Local*. México.
- Rodríguez, D., María (2007). «El turismo de segunda residencia, análisis comparado de las provincias de Pontevedra y La Coruña». En Carmelo Mercado (coord.) *Empresa global y mercados locales: XXI Congreso Anual AEDEM*, Universidad Rey Juan Carlos. España.
- Redacción Informativo del Sur de Jalisco (2007). «Inician Recorridos Turísticos Gratuitos». *Periódico Informativo el Sur de Jalisco*, México. Recuperado de: <http://www.periodicoelsur.com/noticia.aspx?idnoticia=15755>
- Romo de la T., Faviola (1996). *Estudio de la oferta turística de montaña en Mazamitla, Tapalpa y Ciudad Guzmán con el objeto de proponer recorridos turísticos alternativos*. Tesis de Licenciatura en Turismo. México.

SAGARPA–Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (2012). *Anuarios estadísticos 2012*. México.

Sánchez D., Gerardo (2009). «Los orígenes de la industria siderúrgica mexicana. Continuidades y cambios tecnológicos en el siglo XIX». *Tzintzun*, No.50 jul./dic. Morelia. México. pp. 11-60.

SECTUR–Secretaria de Turismo (2008). *El mercado de Turismo de Naturaleza en México*. México.

— (2013). *El desarrollo económico de los Pueblos Mágicos. El caso Tapalpa, Jalisco*. México. Recuperado de:
<http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/7414/1/images/Marte%20Molina.pdf>

— (s.f.). *Catálogo de Normas Mexicanas (NMX) vinculadas con el Sector Turístico*. Recuperado de:
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_8416_normas_mexicanas_nm

— (s.f.). *Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos*. Recuperado de:
http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf

SECTUR-CESTUR, Secretaria de Turismo; Centro de Estudios Superiores de Turismo (2002). *Turismo de Retirados*. México. Recuperado de:
http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/segmentos/Turismo_Retirados.pdf

— (2006). *Perfil y Grado de Satisfacción del turista que viaja en México por motivos de cultura*. México.

— (2006a). *Perfil y Grado de Satisfacción del turista que viaja en México por motivos de Ecoturismo*. México.

— (2011). *Estudio sobre la relevancia económica del turismo de reuniones en México*. México.

SECTUR, CESTUR, CONACYT, ANÁHUAC-Secretaria de Turismo; Centro de Estudios Superiores de Turismo; Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología; Universidad Anáhuac (2012). *Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR)*. México.

SECTURJAL–Secretaría de Turismo de Jalisco (2011). *Programa sectorial de desarrollo y fomento al turismo*. México.

— (2011a). *Concurso Galardón Pueblo Mágico: Tapalpa*. México.

— (2012). *Anuario Estadístico Jalisco 2012*. México.

— (2013). *Destino y atractivos, zona de montaña Tapalpa*. México. Recuperado de: <http://capturaportal.jalisco.gob.mx>

SEDEUR–Secretaría de Desarrollo Urbano de Jalisco (s.f.). *Plan de desarrollo urbano de Tapalpa*». México.

SEPLAN–Secretaría de Planeación de Jalisco (2013). *Inversión pública estatal 2013*. México. Recuperado de: <http://seplan.app.jalisco.gob.mx/siproipe/proyecto/ver/612015?regionId=>

SHCP–Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2013). *Informe sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública, Anexos. Primer Trimestre 2013*. México. Recuperado de: www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/ptp/ServletImagen?tipo=xls...

SEMADES–Secretaría del Medio Ambiente para el Desarrollo Sustentable de Jalisco (2012). *Propuesta de Programa para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos del Estado de Jalisco*. México.

— (s.f.) *Documento Técnico Municipio de Tapalpa*. México.

Torres R., Lorena y Lamas B., Adriana (1992). *Tapalpa una alternativa de desarrollo turístico*. Tesis de Licenciatura en Turismo. México.

UNAM; SEDESOL; SEMARNAT; INE–Universidad Nacional Autónoma de México; Secretaría de Desarrollo Social; Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales; Instituto Nacional de Ecología (2004). *Indicadores para la Caracterización y el Ordenamiento Territorial*. México.

Valencia, Cecilia y Flanders, David (2009). *Pensando en Tapalpa- Plan Estratégico para el Desarrollo Sustentable*. México.

Entrevistas realizadas

David Rivera Ortega.
H. Ayuntamiento de Tapalpa – Secretario

Edgar Barragán
CONALEP Tapalpa

Enrique Partida Fonseca
Comité Tapalpa Pueblo Mágico

Felipe de J. Calderón Aceves
Vive Tapalpa

Fernando Estrada Laureano
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Dirección de Obras Públicas

Guillermo García Bedoy
Pueblos Mágicos

Hirinea García Pérez
Asociación de Artesanos de Tapalpa

J. Ignacio Diez de Sollano
Consejo de Cultura Municipal

Jaime Rivera Fajardo
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Dirección de Ecología

Jorge Arturo Martínez
Universidad de Guadalajara-CUSUR

José de Jesús Ruiz Morales
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Dirección de Cultura

Julio Brenes Arroyo
Universidad de Costa Rica.

Karla Isboseth Peregrina Córdova
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Dirección de Turismo

Leticia Joseph Matilla
Eko-Park

Luz María Preciado González
Asociación de Artesanos de Tapalpa
María Guadalupe Alcántar
Grupo Comunitario "Ijyoteotl"

Martín Daniel Bacilio
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Presidente Municipal

Patricia Hernández
Sistema Integral de Aguas de Tapalpa.

Ramón Villalvazo
Consejo de Empresarios Turísticos de Tapalpa (CEMTTA)

Salvador Hernández
Comité Pueblos Mágicos.

Sergio Zamora Vázquez
CEMTTA; FIDETUR Zona Sur; COPROFOTUR

Gualberto Martínez Barba
H. Ayuntamiento de Tapalpa-Dirección de Servicios Públicos Municipales