

Tapalpa

Diagnósticos de Competitividad y Sustentabilidad de los «Pueblos Mágicos» de México



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



UNIVERSIDAD
DE GUADALAJARA



DIAGNÓSTICOS DE COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD
DE LOS «PUEBLOS MÁGICOS» DE JALISCO

Volumen IV. Tapalpa

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

Claudia Ruíz Massieu Salinas
Secretaria de Turismo

Carlos Manuel Joaquín González
*Subsecretario de Innovación y Desarrollo
Turístico*

José Salvador Sánchez Estrada
Subsecretario de Planeación y Política Turística

Francisco Maass Peña
Subsecretario de Calidad y Regulación

GOBIERNO DE JALISCO

Aristóteles Sandoval Díaz
Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco

Roberto López Lara
Secretario General de Gobierno

Jesús Enrique Ramos Flores
Secretario de Turismo

Víctor Manuel Mijangos Castellanos
*Director General de Planeación y
Desarrollo de Destinos Turísticos.*

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla
Rector General

Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrector Ejecutivo

José Alfredo Peña Ramos
Secretario General

José Alberto Castellanos Gutiérrez
*Rector del Centro Universitario de
Ciencias Económico Administrativas*

Salvador Gómez Nieves
*Jefe del Departamento de Turismo,
Recreación y Servicio*

Diagnósticos de Competitividad y Sustentabilidad de los «Pueblos Mágicos» de Jalisco

Volumen IV. Tapalpa

Salvador Gómez Nieves
José Luis Castillo López

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



UNIVERSIDAD
DE
GUADALAJARA



2015

Primera edición, 2015

© D.R. 2015, Secretaría de Turismo
Gobierno de la República
Av. Presidente Masaryk 172,
Col. Bosques de Chapultepec,
Del. Miguel Hidalgo, Distrito Federal
CP. 11580, Tel. (55) 3002 6300

© D.R. 2015, Secretaría de Turismo
Gobierno de Jalisco
Morelos 102, Plaza Tapatía
Guadalajara, Jalisco
Tel.: 01 (33) 3668-1602

© D.R. 2015, Universidad de Guadalajara
Periférico Norte 799
Núcleo Los Belenes
45100 Zapopan, Jalisco, México

ISBN obra completa: 978-607-742-279-2
ISBN volumen IV: 978-607-742-283-9

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Colaboradores:

Mtra. Alejandra Guadalupe Gutiérrez Torres

Responsable de la cartografía:

Geóg. Javier Ezau Pérez Rodríguez

Responsable de los proyectos urbanísticos:

L.U.M.A. Samuel Martínez Barba

Responsable del componente cultural:

Mtra. Eva Angélica Guerra Ávalos

Asistentes de investigación:

Héctor Alejandro Silva Herrera

Se agradece la asesoría especializada de los miembros del Cuerpo Académico UDG-CA-459, Población, Sustentabilidad y Desarrollo Regional, en la elaboración de este proyecto de investigación.

CONTENIDO

<i>Introducción</i>	7
Primera parte DIAGNÓSTICO	10
1. Perfil del destino	11
2. Oferta turística	13
3. Demanda turística	21
4. Servicios complementarios	25
5. Infraestructura	27
6. Promoción y comercialización	31
7. Gestión del destino	38
8. Profesionalización y capacitación	40
9. Agua potable y saneamiento	41
10. Gestión de residuos sólidos	43
11. Protección del territorio	45
12. Impactos del turismo	46
<i>Problemáticas del destino</i>	51
1. Perfil del destino	51
2. Oferta turística	51
3. Demanda turística	53
4. Servicios complementarios	54
5. Infraestructura	55
6. Promoción y comercialización	55
7. Gestión del destino	56
8. Profesionalización y capacitación	57
9. Agua potable y saneamiento	57
10. Gestión de residuos sólidos	58

11. Protección del territorio	58
12. Impactos del turismo	59
<i>Segunda parte</i> PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	60
Ficha 1: Tranquilización de calles	61
Ficha 2: Centro de Convenciones de Tapalpa	63
Ficha 3: Estacionamiento de borde	65
Ficha 4: Paseo del Río	67
Ficha 5: Colocación de señalética turística	69
Ficha 6: Homogenización de la nomenclatura	71
Ficha 7: Iluminación nocturna de edificios históricos	73
Ficha 8: Renovación del alumbrado público	75
Ficha 9: Ampliación de ocultamiento de cableado	77
Ficha 10: Miradores paisajísticos	79
<i>Tercera parte</i> PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA	81
1. Regulación de los servicios de hospedaje	82
2. Competencia desleal entre los prestadores de servicio	84
3. Ordenamiento vial	86
4. Consejo de Planeación Urbana	88
5. Mejorar la calidad en el servicio	89
6. Marca-destino / Marca turística	92
7. Fusión de las direcciones de turismo y cultura	93
8. reglamentación del comercio en el centro histórico	95
<i>Cuarta parte</i> RECOMENDACIONES	96
1. Recomendaciones para la planeación	97
2. Recomendaciones para la gestión del destino	98
3. Recomendaciones para la movilidad	98
4. Recomendaciones para el ordenamiento territorial	99
5. Esquemas para fomentar la inversión pública y privada	100
6. Gestión turística del patrimonio cultural	101
<i>Referencias</i>	107

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas en Tapalpa. Este sector genera una fuerte derrama, pero a la vez conlleva implicaciones sociales, culturales y medio ambientales. El nombramiento de «Pueblo Mágico» 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 de este «Pueblo Mágico» 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 éstos 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, em-

presarios, 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:

- Diagnóstico
- 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 es 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: *a)* portafolio de proyectos de inversión, *b)* recomendaciones y *c)* 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 instalación de miradores paisajísticos, iluminación de edificios históricos, instalación de señalética y 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. Éste 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 las siguientes estrategias:

- Regulación de los servicios de hospedaje.
- Competencia desleal entre los prestadores de servicios.
- Reordenamiento 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

INTRODUCCIÓN

cuales tienen por objeto atender las distintas problemáticas que se presentan en Tapalpa. Estas correspondieron a los siguientes 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 contiene:

- 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 de Tapalpa, «Pueblo Mágico».

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 Chilquilitlán; al este con Techaluta de Montenegro, Amacueca y Sayula; al sur con San Gabriel; y al oeste con Tonaya (Véase mapa 1).

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 msnm. Además, colinda con otros sitios de importante valor patrimonial, como lo son el parque nacional Nevado de Colima, la laguna de Sayula¹ y «el Llano en Llamas», al que hace referencia en su obra homónima el célebre escritor jalisciense Juan Rulfo.

1.1. Análisis socioeconómico

La población del municipio de Tapalpa asciende a 18 mil 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 el lapso que va 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.

1 Este lugar tiene el reconocimiento como sitio Ramsar desde el 2004.

Tabla 1. Principales indicadores del municipio de Tapalpa

<i>Relevancia nacional</i>				
<i>Variable</i>	<i>Indicador</i>	<i>Año</i>	<i>Posición estatal</i>	<i>Posición nacional</i>
Población	18 096	2010	70°	N/D
Índice de desarrollo humano	0.7184 (Medio)	2000	107°	N/D
	0.7259 (Medio)	2005	112°	1,698°
Índice de marginación	- 0.5184 (Medio)	2010	34°	1,626°
<i>Índice de desarrollo municipal (estatal)</i>				
<i>Indicador</i>	<i>Año</i>	<i>Puntaje</i>	<i>Grado</i>	<i>Posición (de 125)</i>
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).

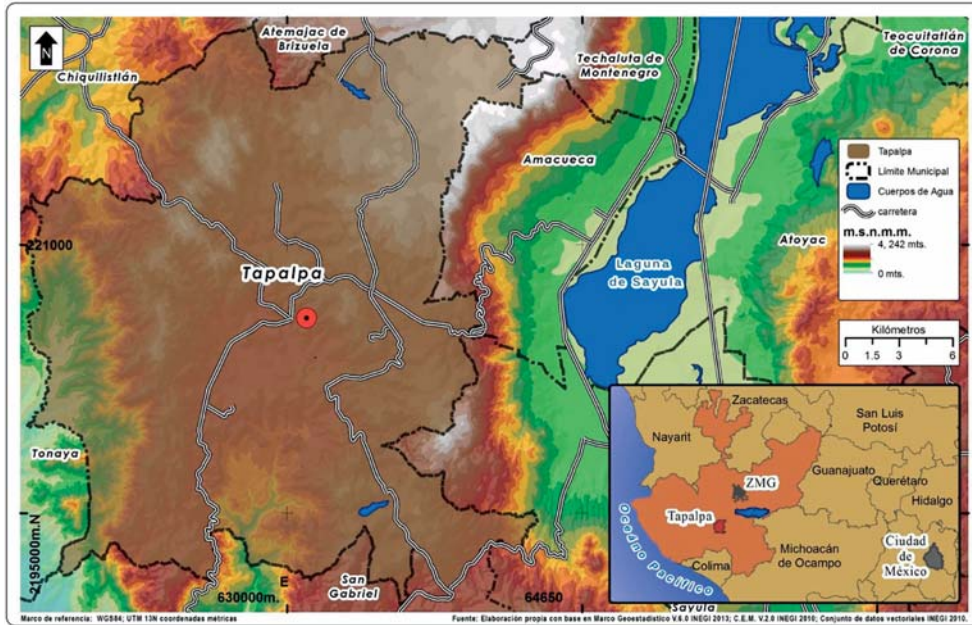
Tapalpa se encuentra entre los 35 municipios más marginados de Jalisco. De acuerdo al índice de marginación que calcula el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010), el municipio ostenta un grado de marginación medio. Los principales rubros en los que se aprecian deficiencias son educación y vivienda. 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. A partir del nombramiento de «Pueblo Mágico» para la cabe-

Mapa 1. Ubicación de Tapalpa, Jalisco



cera municipal, el sistema productivo del municipio se reconfiguró con el impulso de la actividad turística (Véase gráfica 1). Actualmente el sector terciario integra a cerca del 50% de la población ocupada del municipio, que es de 6 mil 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.

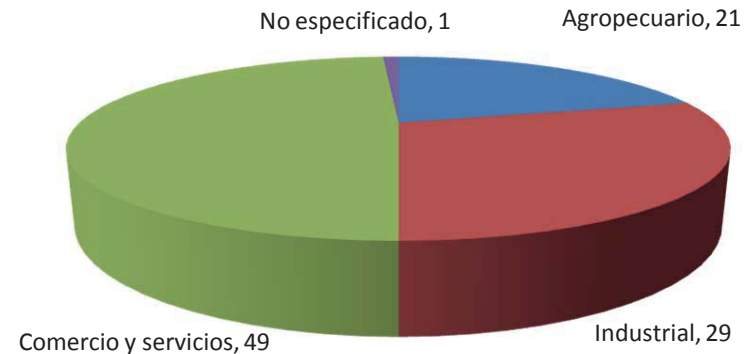
El papel del sector agrícola es relevante en la economía local. Los principales cultivos, en orden de tamaño de producción, son: papa, avena forrajera, pastos, maíz, cebada y fresa (SAGARPA, 2012); aunque los que presentan un mayor impacto son la papa y la fresa. En dicha actividad agrícola no sólo se 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 por 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 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.

Gráfica 1. Ocupación por sector económico, 2010 (Porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI (2010)

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. «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 Luí Echeverría Álvarez (1970-1976).

Para 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 ocho 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 poste-

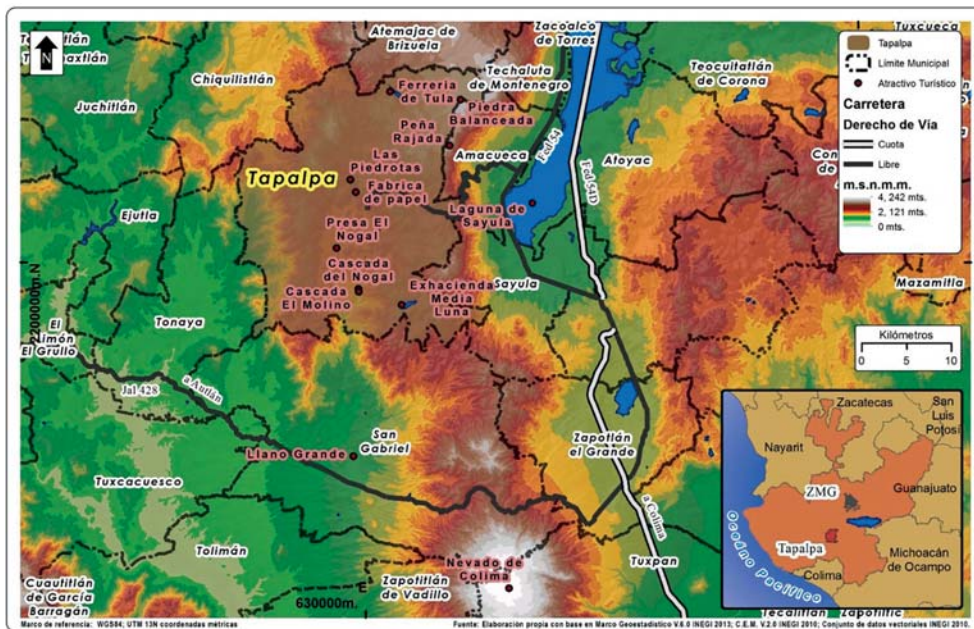
riormente colocarse en la oferta de otros segmentos de turismo. A inicios de aquella década, ya era considerado un sitio tradicional para descansar y recuperar energía, así como para desahogarse de las presiones de la ciudad (Cruz *et al.*, 1992 y Torres *et al.*, 1992). El principal atractivo era la belleza del pueblo, por lo cual, como medida preservativa, 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 ofrecer otro tipo de atractivos y servicios que permitan la visita de turistas entre semana.

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 más de 900 cabañas que funcionan con este modelo. Además de que existe una amplia oferta de fraccionamientos residenciales para sectores de alto poder adquisitivo, como Bosques de la

Mapa 2. Tapalpa y su entorno natural y cultural



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 para las inmobiliarias (Matteucci, 2011).

En el ámbito local, este tipo de turismo ha propiciado el bloqueo de caminos y la privatización de los acceso 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 socioeconómicos 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.

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 Juan Rulfo, *Pedro Paramo* y *El llano en llamas*, por lo cual 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 Chiquilistlán. 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 encuentra 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

Imagen 1. Mosaico de atractivos y actividades en Tapalpa



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: 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, sino por sus atractivos naturales.

Es importante resaltar que 10% del área de uso forestal se encuentra deforestada (Ayuntamiento de 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 y Monte Real Aventuras. De igual forma, 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 XVI edición de los Juegos Panamericanos Guadalajara 2011, en los cuales fue subselección 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 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. 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», 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 que permitirían diversificar la oferta turística.

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 59 establecimientos distribuidos en las diferentes categorías (Véase gráfica 2).

Sin embargo, el Plan Municipal de Desarrollo Turístico 2013-2018 (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 \$250 y \$4,600 por habitación (*Ibid.*). Respecto a las unidades rentables, el Anuario (SECTURJAL, 2012) señala que existen 646 (Véase gráfica 3).

DIAGNÓSTICO

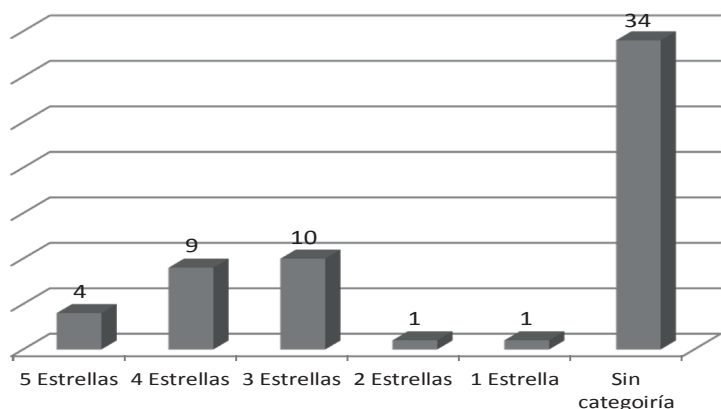
El turismo de segunda residencia es de vital importancia para Tapalpa, al ser un segmento muy fuerte y con amplio poder adquisitivo. Según datos referidos al 2011, existían en la zona 631 cabañas, cuya ubicación se muestra en la gráfica 4 (SECTURJAL, 2011a).

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 (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 (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

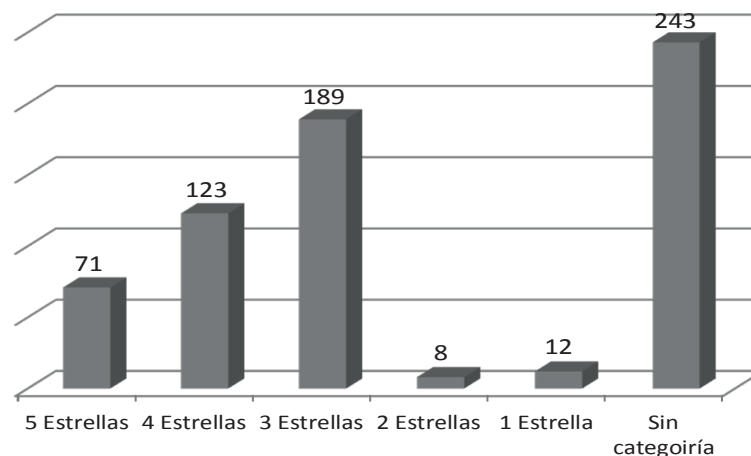
Tapalpa registró en el 2012 una ocupación de 17.3%, con un incremento de 2.6% en comparación con el año anterior. Fue justamente el 2011 donde se

Gráfica 2. Establecimientos de hospedaje por categoría, 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTURJAL (2012)

Gráfica 3. Unidades disponibles por categoría, 2012



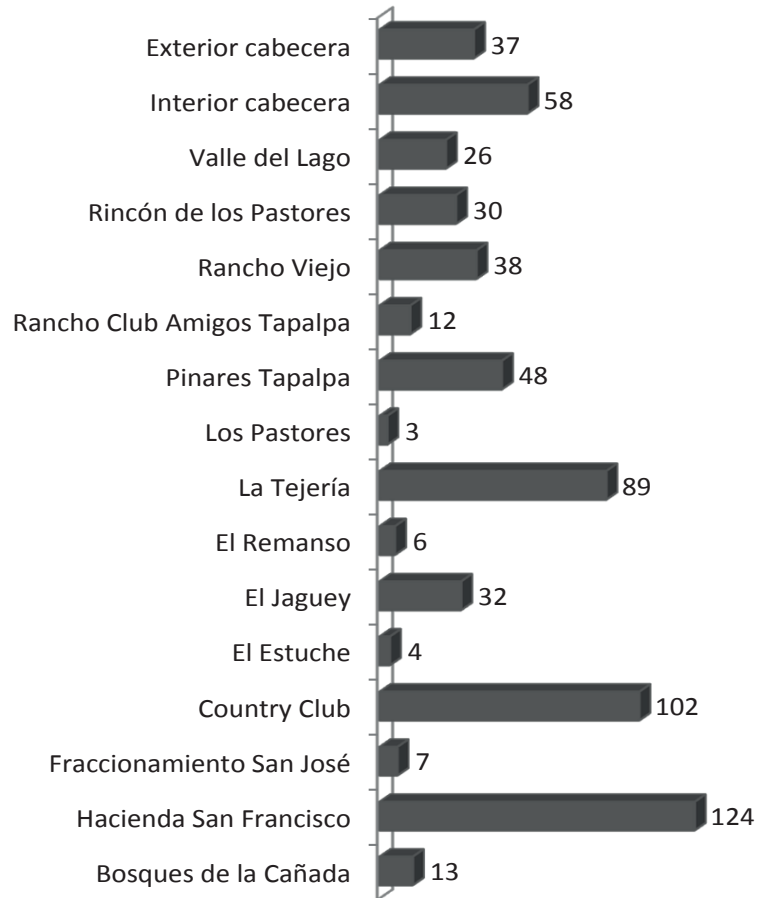
Fuente: Elaboración propia con datos de SECTURJAL (2012)

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, en el periodo que va 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, del 23.7%.

Como se observa en el gráfico, 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 (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 estre-

Gráfica 4. Número de cabañas por fraccionamiento, Tapalpa, 2011



Fuente: Elaboración propia con base en SETUJAL (2011).

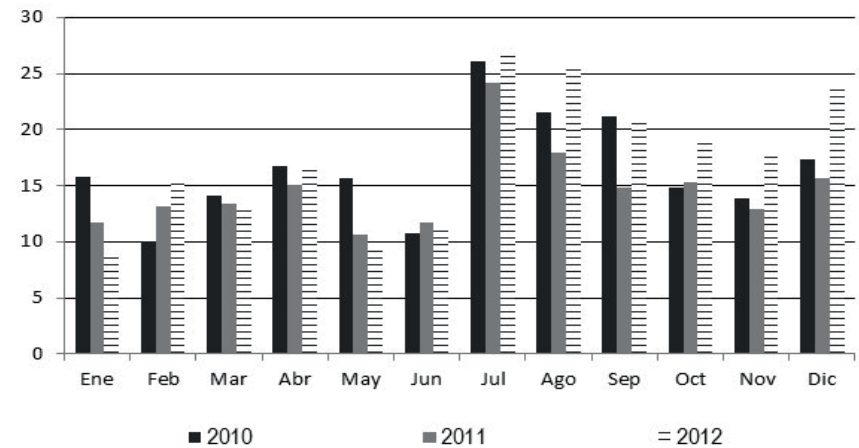
llas, con 16.6%, mientras que los hoteles de categoría económica únicamente hospedaron el 10.4% de los turistas (SECTURJAL, 2012). Como se analiza anteriormente, existe mayor porcentaje de establecimientos de hospedaje de categoría superior (3, 4 y 5 estrellas), lo que es un fuerte indicador de las preferencias y el poder adquisitivo de los turistas.

Incrementar la ocupación es el principal reto, para lo cual se deben 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; no existen centros nocturnos o 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 5. Ocupación mensual, 2010-2012



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, Mazamitla, también «Pueblo Mágico». Las condiciones son parecidas, ambos son pueblos de montaña; recibieron el nombramiento en 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.

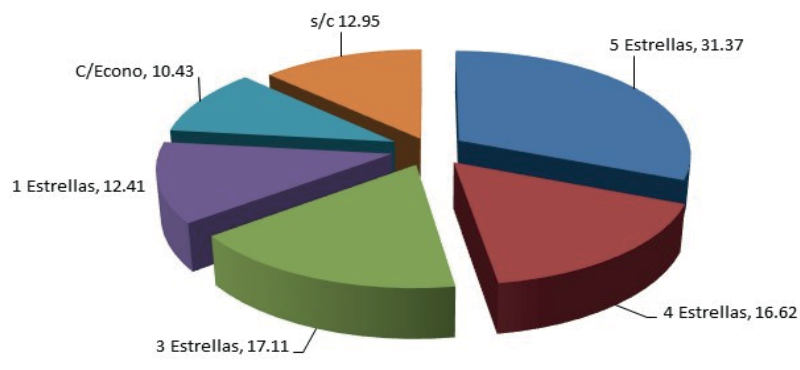
Un factor más de diferenciación es el segmento de mercado al que se orienta cada uno. Tapalpa se enfoca hacia un turismo familiar de poder adquisitivo medio-alto, mientras que el mercado de Mazamitla son turistas jóvenes principalmente de ingresos medios hacia abajo. En comparación, el 35.7% de los turistas 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 y 25 años, con el 36%, y 32% entre 26 y 35 años. Otro dato que cabe resaltar es que el 50% de los turistas que visitan Tapalpa son casa-

dos, 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: 35.5% de los que fueron a Tapalpa y 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 Tapalpa, 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.

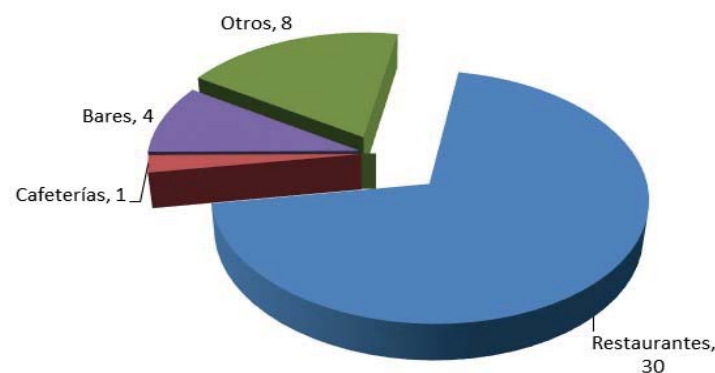
La segmentación ha generado una diferencia en el precio y el tipo de servicios que se ofertan, siendo la tarifa una estrategia de Tapalpa para depu-

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



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal (2012).

Gráfica 7. Establecimientos de alimentos y bebidas



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal (2012).

rar 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).

Tabla 2. Análisis comparativo entre 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 socioeconómico 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	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Como se analiza en la tabla anterior, los precios de Mazamitla son menores a los vigentes 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 (Ayuntamiento Mazamitla, 2010); en el caso de Tapalpa existen acuerdos sobre los precios, pero únicamente entre los que pertenecen al Consejo de Empresarios, 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. La grafica 8 muestra que en ambas regiones el ingreso familiar de los turistas se sitúa, en promedio entre los 5 mil y 10 mil 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.

El porcentaje de ocupación en Tapalpa en el 2012 fue de 17.3%, mientras que Mazamitla 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 cuenta con 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

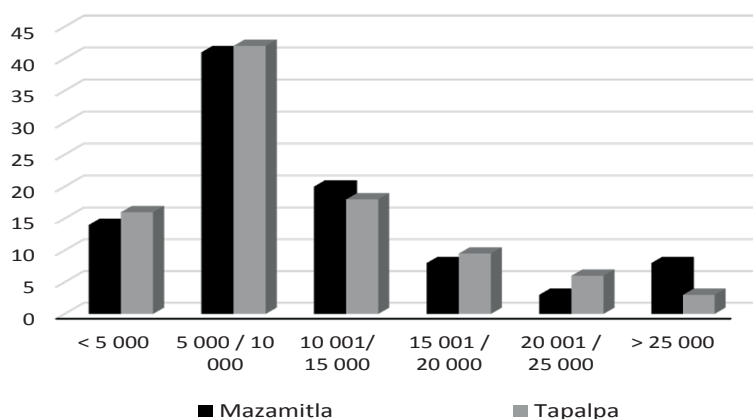
La demanda de Tapalpa es principalmente turismo familiar, que viaja los fines de semana, puentes y temporadas vacacionales. Para entender el comportamiento del mercado es necesario analizar las características de quien visita la zona.

3.1. Perfil del visitante

Según datos del Anuario (SECTURJAL, 2011) el turismo nacional en Tapalpa es principalmente de 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 (35.7%) y entre 26 y 35 (33%). Mientras que el turista extranjero es un segmento joven que en su gran porcentaje oscila entre los 26 y 35 años, el cual represento 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.

Gráfica 8. Nivel de ingresos de los turistas de Tapalpa y Mazamitla



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2011

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.

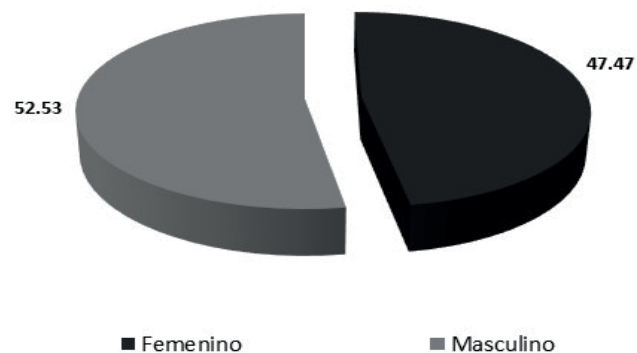
El 54.9% de los turistas nacionales estudiaron la universidad, al igual que los extranjeros, que en su mayoría terminaron este grado (33.3%), otro indicador del nivel socioeconómico de los turistas que visitan Tapalpa.

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

Tapalpa recibió en total 95 mil 136 visitantes en el 2012, de los cuales 93 mil 529 fueron visitantes nacionales (Véase gráfica 13). De ellos, 72% procedían del propio estado de Jalisco, 7.7% de Colima y 3% del Estado de México. Es importante señalar que Colima se ha convertido en el segundo

Gráfica 9. Sexo de los visitantes a Tapalpa, 2011



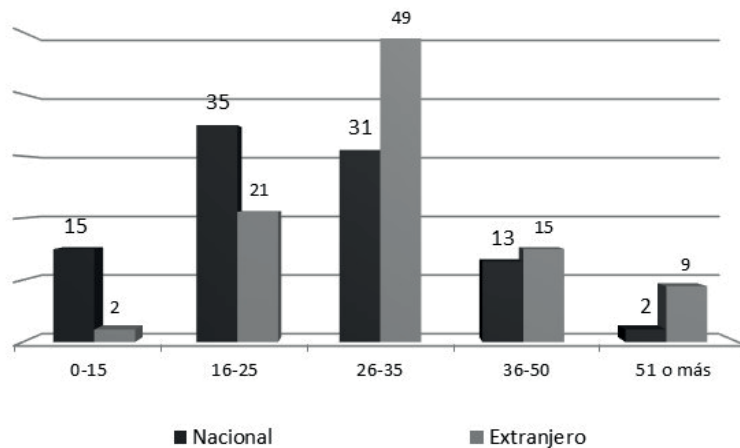
Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2011

mercado más importante para Tapalpa, debido en gran medida a que es su destino de montaña más cercano. Es por ello que se debe trabajar en una estrategia de promoción en los principales mercados del estado vecino: la ciudad de Colima y el puerto de Manzanillo. Así mismo, 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 mil 607 visitantes, el 73.7% provinieron de Estados Unidos, 17.9% de Europa y 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).

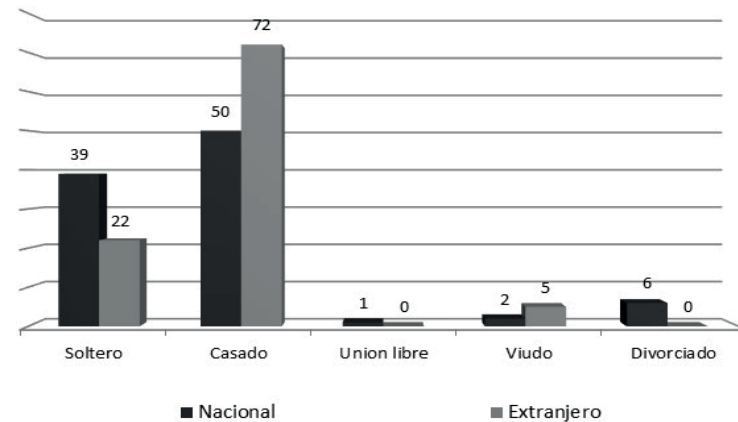
Otro sector de estadounidenses que puede ser captado para Tapalpa es la comunidad de jubilados que reside en la ribera de Chapala. A este segmento le gusta viajar entre semana, que es cuando menos movimiento hay; sin

Gráfica 10. Distribución por edades de los turistas (%)



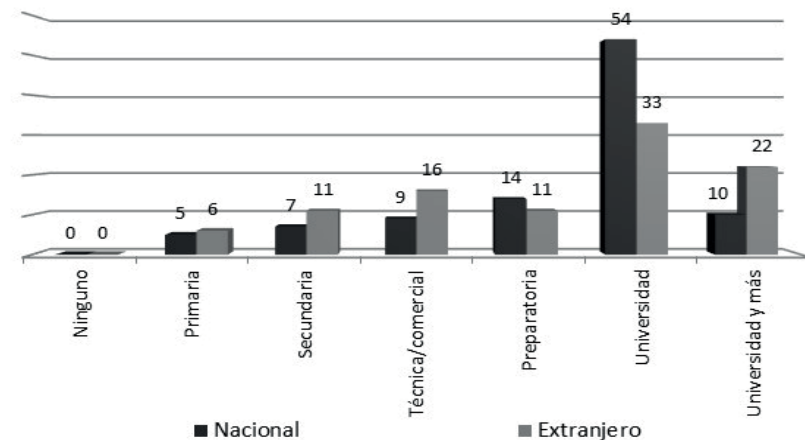
Fuente: Elaboración propia con datos de la Secturjal, 2011

Gráfica 11. Estado civil de los turistas (%)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secturjal, 2011

Gráfica 12. Nivel educativo de los turistas (%)



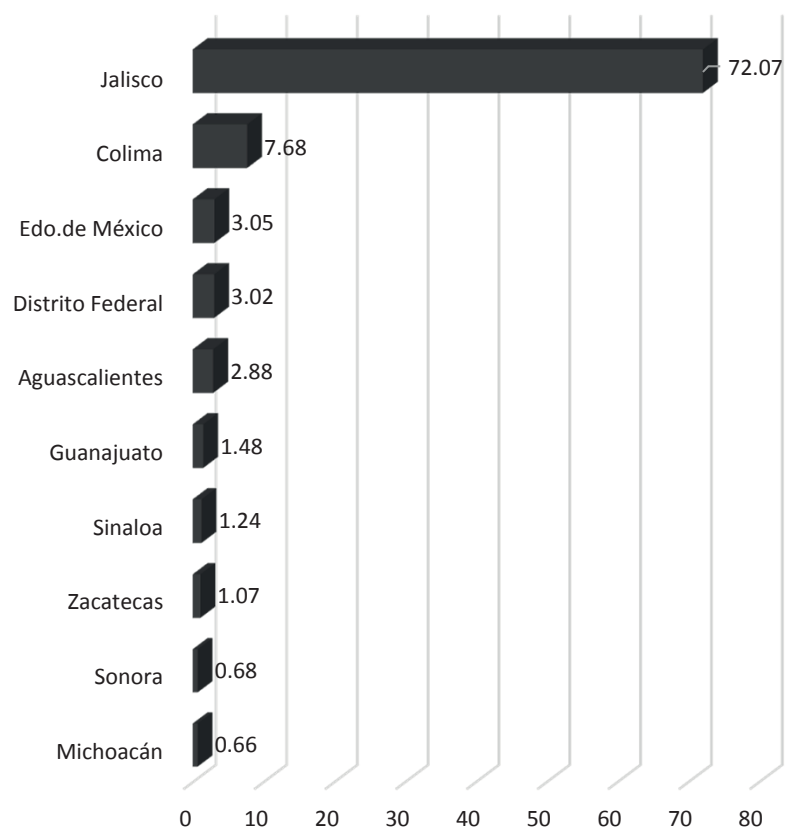
Fuente: Elaboración propia con datos de la Secturjal, 2011

DIAGNÓSTICO

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

Gráfica 13. Procedencia de los turistas nacionales (%)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secturjal, 2011

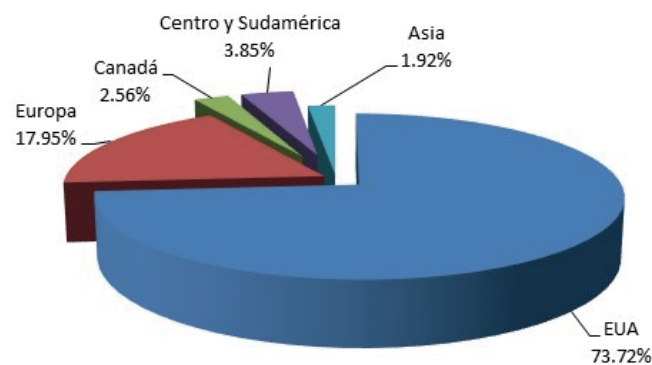
internacionales, debido a la limitación en el idioma, lo cual fue observado durante los Juegos Panamericanos del 2011. También se mencionó la importancia del mercado de Guadalajara, el cual consideran no han cubierto en su totalidad, por lo que consideran que primero deberán cubrir el ámbito regional, 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.

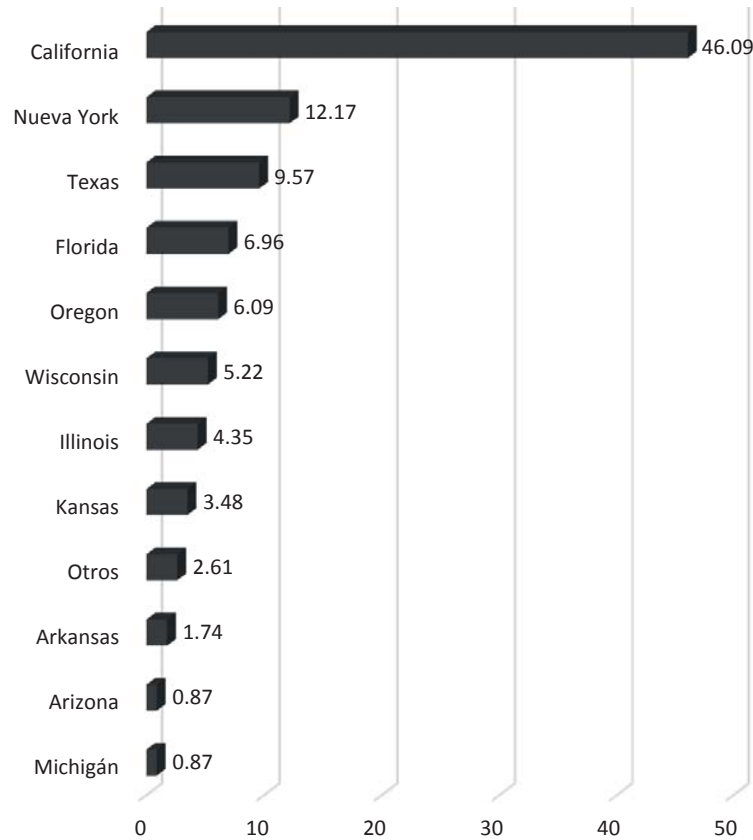
El gasto en promedio del turista en Tapalpa es de 357 pesos, cifra menor de lo que gasta en promedio en Mazamitla (363 pesos). Este dato resulta contradictorio con lo expresado por los actores locales, pero evidencia el

Gráfica 14. Procedencia de turistas extranjeros, Tapalpa, 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal (2012).

Gráfica 15. Residencia del turismo estadounidense que visitó Tapalpa en el 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2012

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

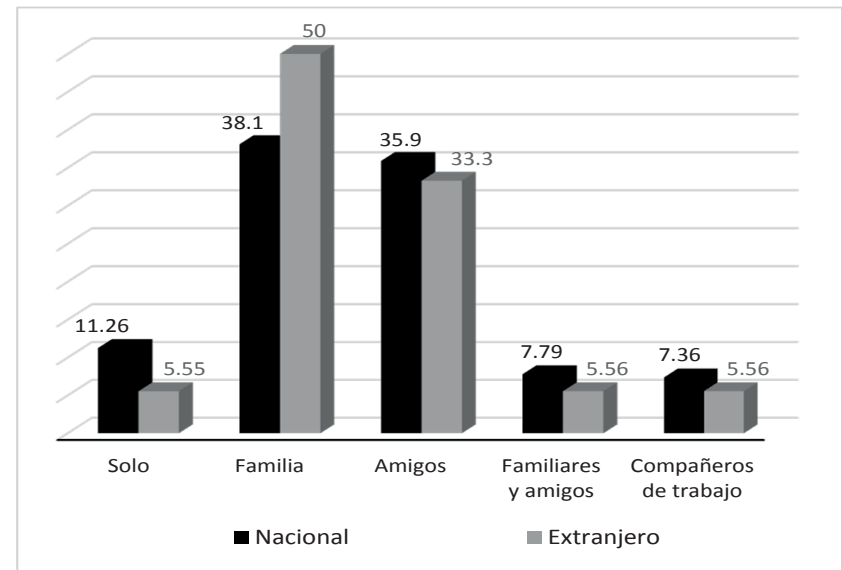
514 pesos, el extranjero, debido a los precios de los servicios de hospedaje, estrategia que han seguido los empresarios con la cual buscan establecerse en un nicho de mercado de altos ingresos.

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 otra pregunta: ¿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.

Gráfica 16. Compañía del visitante a Tapalpa, 2011



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTURJAL, 2011

DIAGNÓSTICO

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.

Tanto los turistas 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 llega en automóvil y solo el 8.7% por 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 14 salidas Guadalajara-Tapalpa y viceversa, sin embargo, ninguna es directa; el tiem-

po estimado del trayecto es de tres horas, lo que 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

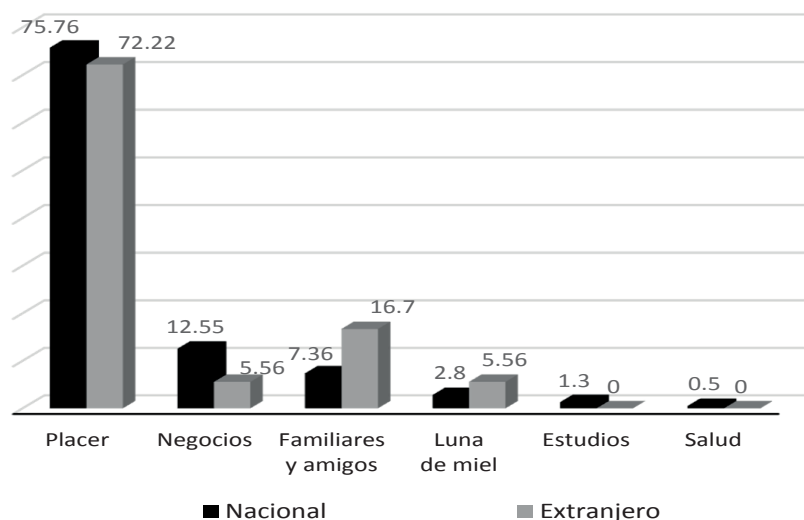
Según los datos del Anuario Estadístico (SECTURJAL, 2012), en Tapalpa únicamente se tiene registrado un guía de turistas, sin embargo no hay información disponible de quien es o donde se pudiera localizar. Tapalpa Hoteles ofrece en su página tres tipos de recorridos por Tuza Tours:²

1. Recorrido por el pueblo, visitando templos, pilas y leyendas de las mismas (Duración aproximada, dos horas).
2. Presa el Nogal, Country Club, los vestigios de la fábrica de papel, Las Piedrotas y valle de los Enigmas (Duración aproximada, cuatro a cinco horas).
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.

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

Gráfica 17. Motivo del viaje a Tapalpa, 2011



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2012

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 como nocturnos, buscando incrementar la estancia de los turistas.

4.2. Operadores locales

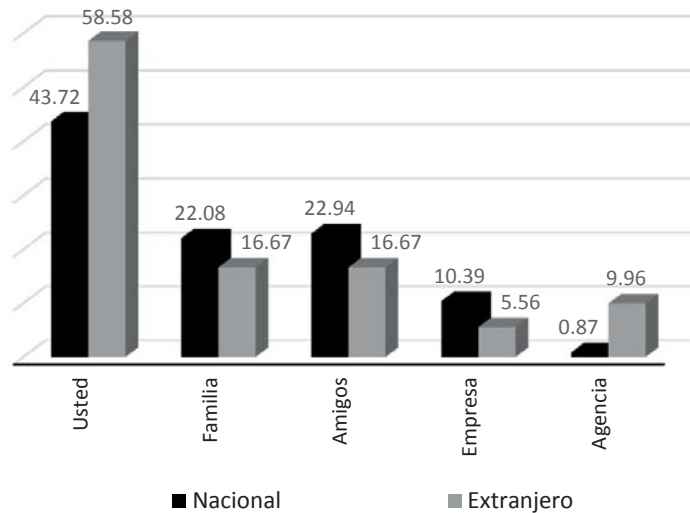
A nivel local existen operadores turísticos que agrupan servicios de hospedaje, alimentos y convenios con algunos parques:

- 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*, parques y 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.

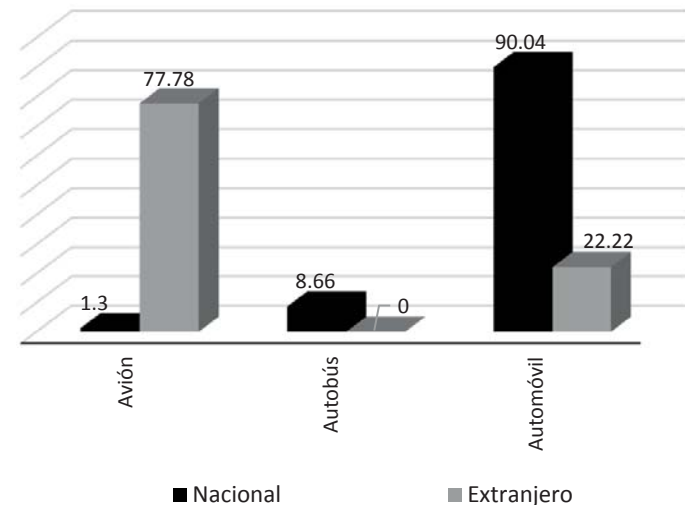
- Colores de Tapalpa. Ofrece diferentes servicios con paquetes especializados para cada segmento de mercado, por lo que se vende como un turismo de experiencia. En su página (<http://www.colorestapalpa.mx/>) se ofertan los servicios, actividades de ecoturismo, aventura, empresas y eventos, así como camionetas de traslado. También tiene presencia en las redes sociales (Facebook: Colores Tapalpa y Twitter: @Colores-Tapalpa 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.

Gráfica 18. Organizador del viaje de los turistas de Tapalpa, 2011



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2012

Gráfica 19. Medio de transporte de los turistas de Tapalpa, 2011



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2012

DIAGNÓSTICO

- 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.tapalpacabanas.com>), donde se puede encontrar la misma información además de 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 contado 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 parque (<http://aventuraslaceja.com/es/eventos/>) la información no se encuentra actualizada.

Equinoccio Tapalpa

Es un evento que se realiza desde el 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 abril y mayo. La edición 2013 se llevó a cabo en la Semana de Pascua, del 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.

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 el campo pertenece al condominio.

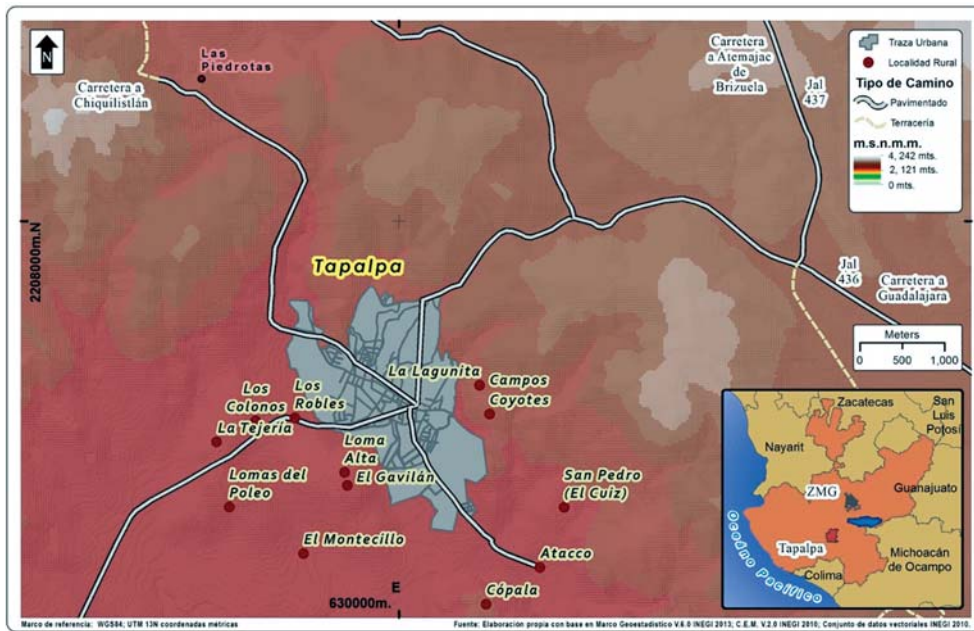
4.5. Servicios bancarios

Solo se encuentra 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 de este destino turístico.

Mapa 3. Comunicación terrestre de Tapalpa



carretera libre a Colima, vía Atemajac de Brizuela: saliendo de Guadalajara, se desvía hacia Acatlán de Juárez, después, en Catarina, está 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 por 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).

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 encarpamiento asfáltico, que si bien no son la solución, sí 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 locales 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.

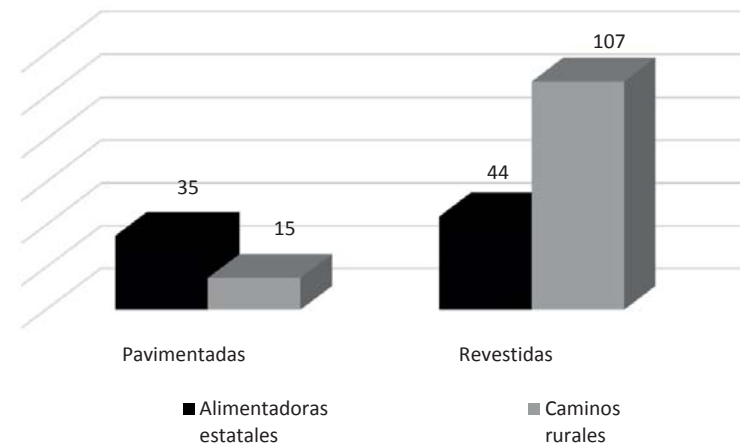
5.1. Accesibilidad

Tapalpa cuenta con una comunicación adecuada, sobre todo hacia sus principales mercados: 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 red carretera, de los cuales la mayoría seguían siendo caminos rurales revestidos.

Para llegar de Guadalajara a Tapalpa existen dos rutas. La primera, 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 y cuarenta minutos. La otra forma de llegar es mediante la

Gráfica 20. Longitud de la red carretera, Tapalpa, 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de Secturjal, 2012.

DIAGNÓSTICO

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.

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 para lograr una mejor integración de la región, así como una mayor conectividad de Tapalpa.

5.2. Transportación terrestre

En Tapalpa se cuenta con una pequeña central camionera donde operan los servicios de Autotransportes del Sur. Ésta 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 vialidades 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 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 auto-

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



buses, 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 que concierne a 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 fisonomía urbana del poblado, las calles no son aptas para el tránsito de todo tipo de vehículos (p. 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 interior, 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% nacio-

nales), 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, por ejemplo, un estacionamiento en las cercanías.

Para finalizar, es importante aclarar que no existe un sistema de transporte público que permita la movilidad adecuada de la población 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 (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 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

DIAGNÓSTICO

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 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 obtenidos a partir del nombramiento de «Pueblo Mágico» fue la homogenización de la señalética. Según datos referidos al año 2013, se invirtieron 526 mil 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 (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% indicó regular y 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.

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

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 por 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.tapalpacabanas.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.

Imagen 3. Estado actual de la señalética en Tapalpa



Imagen 4. Nomenclatura de las calles de Tapalpa



En alianza estratégica, los hoteles Misión y la marca Jeep lanzaron la campaña «Puebleando 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/puebleando-con-mision>).

Los «pueblos mágicos» están teniendo un fuerte auge en el crecimiento turístico, incluso la revista *Vogue*³ publicó un artículo respecto de los viajes a estos destinos, 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 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 64 establecimientos de hospede-

³ www.vogue.mx/articulos/destinos-de-fin-de-semana-pueblos-magicos-en-mexico/3064

DIAGNÓSTICO

daje registrados y 32 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 y se puede leer la columna de Homero Adame Martínez «Un fin de semana en Tapalpa».

Es importante indicar que la amplia cantidad de páginas web que promocionan a 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 comunes en redes sociales, en donde se aporte información útil y completa a los visitantes y se pueda dar respuesta rápida y oportuna a 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.tapalpacabanacom.mx/>): ofrece información de 32 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 existen seis 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, *teambuilding* 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 Asociación Nacional de Papalotes y Parapentes y la Federación Mexicana de Aeronáutica, que ofrece además vuelos tandem, es decir, recorridos con instructor (http://www.tapalpavuelaparapente.com/vuelos_tandem.html).

- Discovery Tapalpa Adventures Camp. Como parte de los servicios que ofrece el hotel boutique Las piedritas, que se ubica en camino al poeolo, La Presa 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. Mientras que el 15.4% de los extranjeros refieren la importancia de los eventos culturales. Es decir, la cultura 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 (29%), Jalisco (27%) y Guanajuato (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 sí representaría una derrama para la región debido a que tienen una estancia de 3 a 4 días y utilizan los servicios de hospedaje (*Ibid.*), 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 este segmento, existe un fuerte interés por parte de ellos por los eventos culturales.

DIAGNÓSTICO

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 eventos como el Festival 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 el turista visita Tapalpa son los atractivos naturales; al 25.4% de los turistas nacionales, lo que más le gustó en su estancia fueron justamente los bosques y los paisajes, 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 su existencia. La falta de miradores paisajísticos y la difícil accesibilidad dificultan al turista visitarlos y por lo tanto éste carece de actividades durante su estancia. 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:

- 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 atraer a 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 Country 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 para 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. 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 razón (SECTURJAL, 2011). Sin embargo, el aprovechamiento turístico de este nicho de mercado implica ofrecer una gama de servicios más especializados, que satisfagan las necesidades de esta modalidad de turismo.
- Según datos de SECTUR-CESTUR (2011), el principal tipo de reuniones son corporativas, 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 y 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 sus 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 Balançada, Eko Park y Los Frailes. Por tanto, se puede concluir que el turismo de aventura es importante para este destino.

DIAGNÓSTICO

- 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 de entre 25 y 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 sitios 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 fisonomía 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, autoválido, 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 tienen una participación del 1%, mientras que los internacionales aportan el 6.2%.
- Como parte de las estrategias de promoción, la Secretaría de Turismo realiza recorridos gratuitos de adultos mayores a Tapalpa, 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 dichos lugares.
- Se estima que llegarán a Jalisco 200 mil jubilados de Estados Unidos y Canadá, cuyo gasto promedio supone una derrama económica 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 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 es 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 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 (UMA) 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 de 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, 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, SECTURJAL, inversionistas, empresarios y personalidades de la sociedad civil de Tapalpa.

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

Tabla 3. Inversión realizada en Tapalpa por el programa Pueblos Mágicos 2005-2013 (Millones de pesos)

	Año								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Federal	1.5	<i>d</i>	2	3.32*	6.5	10	6.65	2.375	2
Estatal	1.5	<i>d</i>	2	3.32*	6.5	10	6.65	2.375	2
Municipal	1.5	<i>d</i>	2	2	<i>n.p.</i>	2	1.35	<i>n.p.</i>	<i>n.p.</i>
Total	4.5	<i>d</i>	6	8.64	13.	22	14.65	4.75	4

* El monto exacto es de \$3 320 500.

n.p.: No participó;

d.: Declinó a los recursos.

Fuente. Elaboración propia con base en información de SECTURJAL, 2013.

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 y Atemajac de Brizuela. 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 del 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

<i>Organismo</i>	<i>Tipo de gestión</i>
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.

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 apren-

dizaje 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.

Tabla 5. Grado promedio de escolaridad, 2000-2010

<i>Año</i>	<i>Cabecera municipal</i>	<i>Municipio</i>
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

DIAGNÓSTICO

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 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, entre 2007 y 2012 se han proporcionado cursos de capacitación para la calidad y anfitrión a mil 073 personas. No obstante, solo se han otorgado diez distintivos M y un distintivo H (Véase 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.

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 tra-

bajo 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.

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

s.e.: Sin año especificado.

Fuente: Elaboración propia con base en información de SETUJAL (2012).

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.

La dinámica turística no sólo se ha concentrado en la cabecera municipal; 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 malestar entre algunos habitantes que se ven afectados.

Tabla 7. Tabulador de tarifas fijas de agua potable, Tapalpa 2013

<i>Tipo</i>	<i>Usuario</i>
Mínima	Lotes, casas deshabitadas
Genérica	Casa habitación, lotes
Negocio	Casa con negocio o negocio
Alta	Hoteles, cabañas con jardines
Muy alta	Autobaños 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 municipal, 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 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.

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.

Tabla 8. Localidades con dinámica turística que presentan problemas con el saneamiento de aguas residuales en el municipio de Tapalpa

<i>Localidad</i>	<i>Afectaciones al turismo</i>
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.

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 vierten este tipo de contaminantes.

Una de las problemáticas que se desprende del tratamiento de aguas residuales es su destino final. Las aguas tratadas 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, por lo que resulta indispensable dar mantenimiento a la PTAR, para que ésta pueda garantizar determinada calidad del agua, la cual no sólo se utiliza con fines recreativos, sino también en la agricultura del municipio y 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 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 ha mostrado un aumento significativo durante la última década, sobre todo a partir de la incorporación de la cabecera municipal al programa Pueblos Mágicos, que ha provocado el incremento en el número de 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

Imagen 5. PTAR de Tapalpa



temporada alta de turismo, por lo que personal de servicios municipales debe 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.

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 Ayuquila⁴ 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, 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, separación y tratamiento de lixiviados, entre otros. El

⁴ 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.

DIAGNÓSTICO

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 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, éste ya cumplió con su vida útil, la capacidad de las celdas ya fue rebasada y ahora luce como un vertedero a cielo abierto.

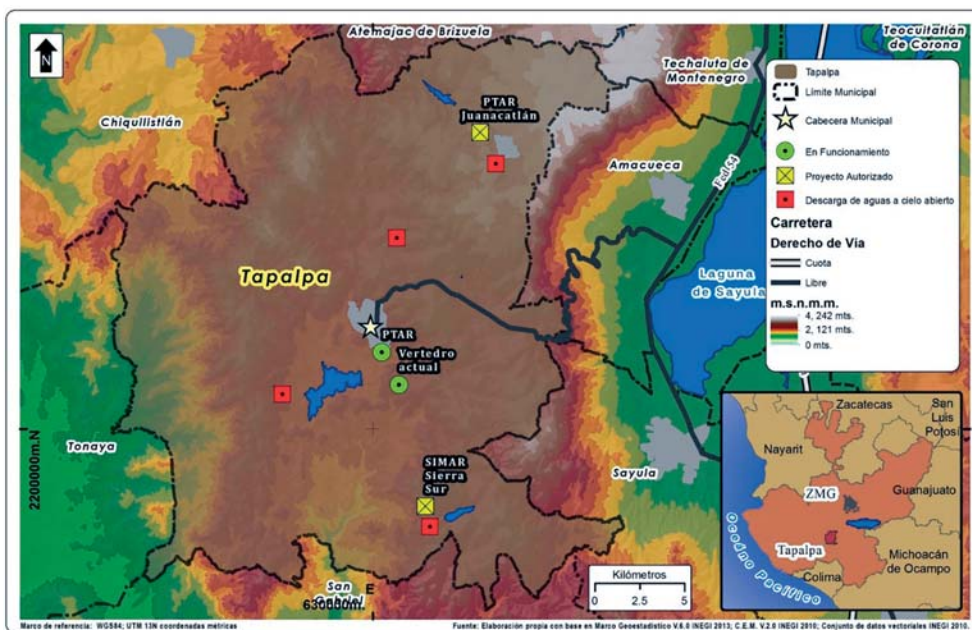
Para resolver el problema del antiguo relleno, en el año 2011 se creó el organismo público descentralizado denominado Sistema Intermunicipal de Manejo de Residuos Sólidos Urbanos Sierra Sur (SIMAR-Sierra Sur), que integra a los municipios de Tapalpa y Atemajac de Brizuela (Ayuntamiento de Tapalpa, 2011). 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.

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

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



vidad turística, más que cualquier otra, provoca una reconfiguración en el territorio donde se establece. Dicha reconfiguración, en 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 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 alta.

Tabla 9. Cobertura del uso de suelo, Tapalpa, 2012

<i>Uso</i>	<i>Porcentaje</i>
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 la 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 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, etcétera.

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 al-

DIAGNÓSTICO

tos 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 una variación porcentual positiva del 256.3%, de 16 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, mismo que también tuvo alcance en casi todo el municipio. Además de las actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos (hospedaje, alimentos y bebidas, *tour*s, etc.), otras actividades económicas también mostraron dinamismo, 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.

Tabla 10. Nivel de ingreso de la población ocupada, Tapalpa 2000-2012

Año	PEA	Población ocupada	Hasta un salario mínimo	Uno a dos salarios mínimos	Más de dos 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 sí 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 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 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 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 una época, sobre todo a antes 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.

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 locales⁵. 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

⁵ 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.

ya ha sido superada. En la actualidad, este tipo de turismo es emplazado hacia Las Piedrotas. La población local se ha empoderado paulatinamente de sus 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 el 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, seguida de la agricultura. Las áreas boscosas han sido irrumpidas por desarrollos inmobiliarios de casas y cabañas destinadas al llamado turismo de segunda residencia. Los

DIAGNÓSTICO

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 y 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 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.

12.3.1. Imagen y planeación urbana

El principal atractivo de este «Pueblo Mágico» 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, 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 fisonomía 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 (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 y 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 los arquitectónicos ambientales 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 su cumplimiento será vigilado 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 Ayuntamiento local. El objeto de este 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 y 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 importantes 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 socioeconómicos

Causas:

- La cabecera municipal y en general todo el municipio, presentan un bajo desempeño sus indicadores socioeconómicos.

Efectos:

- 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 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 ha tenido la zona. Se estima que aproximadamente 900 cabañas pertenecen a este rubro.

Efectos:

- 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. Éstos no están ofertados como tal, por lo que el turista desconoce su ubicación e importancia.

Efectos:

- Tapalpa mantiene una estadía promedio de 1.9 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 los que se cuenta en las localidades cercanas, por lo que el turista desconoce qué otros atractivos puede visitar.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 ofrecen 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.

Efectos:

- Esto genera que sea poco rentable invertir 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 adecuadas. 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 respecto de Guadalajara, ambos son pueblos típicos de montaña y poseen la denominación de «Pueblos Mágicos»; para el turista común puede parecerle igual visitar uno u otro.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 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.

Efectos:

- 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 de 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.

Efectos:

- 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 3: 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.

Efectos:

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

Problemática 4: 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 es muy baja, únicamente los fines de semana debido a la cercanía con Guadalajara.

Efectos:

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

Problemática 5: Bajo gasto promedio

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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- Únicamente se cuenta con un guía registrado, 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- Las operadoras locales no tienen la capacidad para atender grupos grandes y no existen una buena coordinación que integre 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 saturado.

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.

Efectos:

- 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

Causas:

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

Efectos:

- 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 éstos en las temporadas de mayor aforo.

Efectos:

- Los turistas no pueden llegar a los atractivos por la falta de caminos adecuados y por desconocer dónde se localizan.

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.

Efectos:

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

Efectos:

- 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: Poca alcance de las campañas de promoción

Causas:

- No se ha analizado cuáles son los medios de promoción más efectivos y los mercados a los que hay que enfocarse.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 «Pueblos Mágicos» solo ofrece tres fotografías de Tapalpa y la información de los atractivos es muy escasa.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- Se deja escapar una oportunidad para mejorar la ocupación hotelera 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.

Efectos:

- 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 este destino.

Problemática 2: Gestión local del turismo

Causas:

- El papel del gobierno municipal en las acciones para promover el desarrollo turístico es muy regular. La Dirección de Turismo carece de

PROBLEMÁTICA DEL DESTINO

atribuciones que le permitan, como parte del gobierno local, integrar a todos los actores involucrados en la actividad turística.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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, etcétera.

Efectos:

- Aproximadamente 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- Algunas colonias de la cabecera municipal dejan de recibir el servicio, lo cual genera malestar entre la población.

Problemática 2: Tratamiento de aguas residuales

Causas:

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

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 y disminución de descarga de aguas negras.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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.

Efectos:

- 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 y 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.

Efectos:

- El bosque, como uno de los principales activos turísticos, 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 intencionales y de control que ocasionan incendios en los bosques.

Efectos:

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

Problemática 3: Caza ilegal

Causas:

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

Efectos:

- 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.

PROBLEMÁTICA DEL DESTINO

Esta situación ocasiona que no exista una regulación en torno al sector inmobiliario.

Efectos:

- En el año 2011 fueron 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.

Efectos:

- Encarecimiento de productos de consumo generalizado que afectan a la economía de los habitantes locales dada la vocación turística de Tapalpa.

Problemática 2: Débil encadenamiento productivo local

Causas:

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

Efectos:

- Existencia de un encadenamiento productivo local débil, 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.

Efectos:

- Se observan algunas construcciones que son incompatibles con la fisionomía urbana típica. 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

Antecedentes

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 insuficiencia de lugares para estacionamiento, congestión vial, falta de espacios peatonales, contaminación visual y auditiva y dificultades en la accesibilidad hacia otros puntos, como la presa de El Nogal o Atacco.

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.



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 banqueta.
- 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 de El Nogal.
- Esta alternancia en la circulación permitirá la creación de un andador peatonal en torno a la plaza, lo que ampliara el espacio de convivencia y recreación para los visitantes.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Tranquilización de calles	Peatonalizar calles durante los fines de semana y días de mayor afluencia en el centro histórico de Tapalpa	Identificar avances de la peatonalización de las calles.	Ayuntamiento de Tapalpa	Peatonalización de calle Matamoros e integración con la plaza principal en Tapalpa (XI etapa del programa Tapalpa, «Pueblo Mágico»)	Avances de la partida presupuestal 2013.	Primer trimestre de 2014
		Desarrollar el proyecto ejecutivo.	Universidad de Guadalajara Dirección de Turismo SECTURJAL.	Creación del proyecto ejecutivo, determinando fechas de peatonalización.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		Presentar el proyecto para buscar el financiamiento.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Proyecto ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014
		Financiamiento.	Comité Pueblos Mágicos	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2014 / 2015
		Ejecución del proyecto	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 2: CENTRO DE CONVENCIONES DE TAPALPA

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.

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.

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.

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.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Centro de congresos y convenciones	Crear un recinto para exposiciones, convenciones y eventos	Desarrollar el proyecto ejecutivo.	Universidad de Guadalajara Dirección de Turismo SECTURJAL.	Generar el presupuesto, programa de trabajo y construcción por etapas.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		Presentar el proyecto para la búsqueda de financiamiento con los empresarios.	Empresarios de Tapalpa	Proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Financiamiento.	Comité Pueblos Mágicos FIDETUR SECTUR SECTURJAL	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos y del Fideicomiso de Desarrollo Turístico.	N/A	2014 / 2015
		Adquisición del terreno.	Ayuntamiento de Tapalpa	Destinar presupuesto para la compra del terreno.	N/A	2015
		Primera etapa de construcción	Ayuntamiento de Tapalpa Consejo de empresarios	Ejecución primera etapa.	N/A	2015
		Segunda etapa de construcción	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución segunda etapa.	N/A	2017
		Última etapa de construcción.	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución final.	N/A	2020

FICHA 3: ESTACIONAMIENTO DE BORDE

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.

Justificación

Tapalpa registra una alta concentración de vehículos en los 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, lo cual no solo complica el flujo vehicular, sino que también obstruye el tránsito de personas y ocasiona una mala imagen del destino.

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.

Inversión

La inversión para este proyecto se estima en un millón de pesos, aproximadamente.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Estacionamiento de borde	Acondicionar o crear estacionamientos periféricos, que permitan reducir la circulación excesiva de vehículos por el centro de Tapalpa	Generar el proyecto ejecutivo.	Empresarios Dirección de Servicios Generales	Estimar tiempos y presupuestos de ejecución.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		Identificar posibles sitios para la realización del proyecto.	Empresarios Dirección de Servicios Generales	Estimación de costos y beneficios.	N/A	Segundo trimestre de 2014
		Financiamiento	Empresarios Dirección de Servicios Generales	Aprobar partida presupuestal y las aportaciones de los socios.	N/A	Tercer trimestre de 2014
		Compra del terreno	Empresarios	Destinar presupuesto	N/A	Cuarto trimestre de 2014
		Aprobación de las licencias de manejo del estacionamiento.	Dirección de Servicios Generales	Reglamento de licencias municipales	N/A	Último trimestre de 2014
		Puesta en marcha del estacionamiento	Empresarios	Ejecución del proyecto	N/A	2015

FICHA 4: PASEO DEL RÍO

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.

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 tomade de otros estudios realizados para Tapalpa.

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.

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.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Paseo del Río	Saneamiento de los canales a cielo abierto para convertirlos en un espacio público de aprovechamiento turístico	Identificar el anteproyecto que existe al respecto.	Ayuntamientos de Tapalpa	Revisar el anteproyecto	En proyecto	Primer trimestre de 2014
		Actualizar el proyecto.	Universidad de Guadalajara Dirección de Turismo	Estimación de tiempos y presupuestos	N/A	Segundo trimestre de 2014
		Presentar el proyecto ejecutivo.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Sistema Integral de Aguas de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Proyecto ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014.
		Financiamiento para saneamiento de aguas	Sistema Integral de Aguas de Tapalpa	Proyecto ejecutivo	N/A	2014-2015
		Ejecución etapa 1	Ayuntamiento de Tapalpa Sistema Integral de Aguas de Tapalpa.	Saneamiento agua	N/A	2015
		Financiamiento para infraestructura y mobiliario urbano	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Destinar presupuesto del Programa Pueblos Mágicos para la creación de mobiliario urbano e infraestructura.	N/A	2015
		Ejecución etapa 2	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución proyecto.	N/A	2016

FICHA 5: COLOCACIÓN DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA

Antecedentes

La señalética turística es una herramienta que debe proporcionar orientación e información al turista acerca de los sitios de interés. 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.

Justificación

Tapalpa registra sitios de interés en el perímetro del pueblo 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, mismo que debería ser retomada con el afán de mejorar la infraestructura turística local.

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 ésta pueda ser desarrollada en todo el municipio.
- Colocar señalética en el centro histórico 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.

Inversión

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



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Colocación de señalética turística	Colocar señalética turística en la cabecera municipal y los principales atractivos turísticos	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
		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
		Presentar el proyecto ejecutivo.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Partida presupuestal para llevar a cabo la instalación de señalética	N/A	2014 / 2015
		Financiamiento	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Destinar presupuesto del Programa Pueblos Mágicos para el mejoramiento de imagen urbana.	N/A	2015
		Ejecución del proyecto	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 6: HOMOGENIZACIÓN DE LA NOMENCLATURA

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.

Justificación

La nomenclatura con la que actualmente se cuenta 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.

Propuesta

- Renovar la nomenclatura 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.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Homogeneización de la nomenclatura	Homogeneizar la nomenclatura en toda la cabecera municipal de Tapalpa	Revisar las condiciones actuales de la nomenclatura en el centro histórico.	Ayuntamiento de Tapalpa Dirección de Obras Públicas	Proyecto de imagen urbana.	N/A	Primer semestre de 2014
		Generar una propuesta para homogeneizar la nomenclatura.	Universidad de Guadalajara Dirección de Obras Públicas	Estimación de costos por homogeneizar la nomenclatura.	N/A	Primer semestre de 2014
		Presentar la iniciativa a los empresarios para buscar inversionistas.	Consejos de Empresarios	Presentación del proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Presentar a la Secretaría de Turismo la propuesta, para solicitar el monto faltante.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Presentación del proyecto ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		Financiamiento.	Comité Pueblos Mágicos	Destinar partida presupuestaria de Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2015
		Ejecución del proyecto.	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 7: ILUMINACIÓN NOCTURNA DE EDIFICIOS HISTÓRICOS

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 y 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.

Justificación

El centro histórico 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.

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 y Las Pilas, entre otros sitios representativos.

- 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 y la ex hacienda de La Media Luna, entre otros.

Inversión

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



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Iluminación nocturna de los principales edificios históricos	Iluminar los inmuebles más representativos de Tapalpa con el objetivo de que mejoren la imagen del destino	Crear el anteproyecto ejecutivo para la iluminación por etapas según la importancia del edificio.	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
		Presentar el proyecto para su aprobación ante el Instituto Nacional de Antropología e Historia.	INAH Universidad de Guadalajara Dirección de Turismo Ayuntamiento de Tapalpa.	Anteproyecto	N/A	Segundo semestre de 2014
		Incorporar las recomendaciones propuestas por el INAH	Universidad de Guadalajara Dirección de Turismo Ayuntamiento de Tapalpa	Realización del proyecto ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		Presentar el proyecto para la aprobación del presupuesto.	FIDETUR	Proyecto ejecutivo.	N/A	2014 / 2015
		Financiamiento	FIDETUR	Destinar presupuesto del Fondo de Desarrollo Turístico.	N/A	2015
		Ejecución del proyecto.	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 8: RENOVACIÓN DEL ALUMBRADO PÚBLICO

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.

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.

Propuesta

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

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.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Renovación del alumbrado público	Reemplazar el alumbrado público por tecnología LED y ampliar la red de alumbrado público	Identificar zonas conflictivas y priorizar los espacios para la instalación de alumbrado público.	Ayuntamiento de Tapalpa Dirección de Servicios Generales	Programa de Rescate de Espacios Públicos.	N/A	Primer trimestre de 2014
		Desarrollar proyecto ejecutivo.	Universidad de Guadalajara Dirección de Servicios Generales	Realización de proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Presentación proyecto para búsqueda de financiamiento.	SEDATU Comisión Fsederal de Electricidad	Proyecto Ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Financiamiento.	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
		Puesta en marcha.	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 9: AMPLIACIÓN DE OCULTAMIENTO DE CABLEADO

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 que corresponde al primer cuadro.

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 y mejoraría la competitividad del destino.



Propuesta

- Ocultar de manera subterránea la red de cableado eléctrico 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.

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.



Plan de acción						
Proyecto	Objetivo	Acciones	Responsable (s)	Recursos necesarios	Avances	Temporalidad
Ampliación del programa de ocultamiento de cableado	Ocultar el cableado en toda la cabecera municipal para mostrar una imagen urbana homogénea y atractiva	Revisar las zonas que ya cuentan con cableado oculto.	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
		Proponer ampliar ocultar el cable en los sitios de interés.	Universidad de Guadalajara Dirección de Servicios Generales Dirección de Turismo	Elaboración del proyecto ejecutivo.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Presentación del proyecto para el financiamiento.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Proyecto ejecutivo	N/A	Segundo semestre de 2014
		Financiamiento.	Comité Pueblos Mágicos Ayuntamiento de Tapalpa	Destinar partida presupuestaria de Programa Pueblos Mágicos y de los ingresos 2015.	N/A	2015
		Puesta en marcha.	Ayuntamiento de Tapalpa	Ejecución del plan maestro y proyecto ejecutivo.	N/A	2015

FICHA 10: MIRADORES PAISAJÍSTICOS

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.

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.

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.

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
Miradores paisajísticos	Instalación de miradores paisajísticos en distintos sitios cercanos a Tapalpa	Desarrollar el proyecto ejecutivo.	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
		Presentar el proyecto para buscar el financiamiento.	SECTURJAL Ayuntamiento de Tapalpa Comité Pueblos Mágicos	Proyecto ejecutivo	N/A	Primer semestre de 2014
		Financiamiento local.	Empresarios de Tapalpa	Promover el proyecto con los empresarios locales para que contribuyan con la inversión.	N/A	Segundo semestre de 2014
		Financiamiento.	Comité Pueblos Mágicos	Destinar partida presupuestaria del Programa Pueblos Mágicos.	N/A	2014 / 2015
		Puesta en marcha.	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 que en el 2012 la afluencia turística a la entidad fue de 23 110 317 visitantes, lo que representó una derrama superior a los 33 millones de pesos (SECTURIAL, 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 económicos.

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 pertinentes 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 serán tratadas a continuación.

1. REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE

Según los datos del Anuario de Turismo 2012, en el municipio existen 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.

1.1. 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 todo el país.

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 registros actualizados y estadísticas confiables.

Retomando lo anterior, el Reglamento Municipal de Turismo de Tapalpa, en el capítulo VI, señala que «la Dirección de Turismo Municipal es 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» (Ayuntamiento de Tapalpa, 2008). Cabe mencionar que este reglamento tiene similitudes con el de la administración pasada, por lo que habría que analizar si está acorde con 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).

1.2. Planeación estratégica

Objetivo A. Regular los servicios de hospedaje.

Estrategias A.1. Integrar a los establecimientos dentro de la legalidad según lo dispuesto en los ámbitos federal, estatal y local.

- Línea de acción A.1.1. Revisar los registros ante Hacienda, los permisos municipales de los establecimientos registrados.
- Línea de acción A.1.2. Realizar visitas a los establecimientos que se dedican a prestar servicios de hospedaje y revisar que se encuentren debidamente registrados.

Estrategias A.2. Actualizar los registros de los establecimientos que se dedican a la prestación de servicios de hospedaje.

- Línea de acción A.2.1. Homologar los registros de las diferentes dependencias respecto a los establecimientos de hospedaje.

Estrategias A.3. Integrar a las cabañas en los registros y tener el control de cuales se utilizan para hospedar turistas.

- Línea de acción A.3.1. Realizar visitas a las cabañas e identificar cuales se dedican a la renta de espacios para los turistas.
- Línea de acción A.3.2 Exigir que las cabañas cuenten con licencia para operar y los permisos requeridos.

Estrategias A.4. Expedir las licencias según el rubro correspondiente.

- Línea de acción A.4.1. Hacer visitas de verificación a los establecimientos.
- Línea de acción A.4.2. Exigir que cualquier establecimiento que opere cuente con las licencias según su rubro.
- Línea de acción A.4.3. Crear un padrón actualizado de los establecimientos debidamente registrados.
- Línea de acción A.4.4. Conforme a la ley clausurar los establecimientos que no cuentan con permisos.

Estrategias A.5. Vigilar que todos los establecimientos de hospedaje tenga su licencia vigente.

- Línea de acción A.5.1. Realizar visitas periódicas a los establecimientos de hospedaje.
- Línea de acción A.5.2. Exigir que todos los establecimientos exhiban su licencia vigente.

Estrategias A.6. Realizar las inspecciones para integrar a los establecimientos que no se encuentran debidamente registrados en coordinación las diferentes dependencias.

- Línea de acción A.6.1. Crear medios que permitan la comunicación y coordinación de las diferentes dependencias involucradas.
- Línea de acción 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.

Estrategias A.7. Obligar a los prestadores de servicio a proporcionar información para la elaboración de estadísticas confiables que permitan planificar el crecimiento del sector.

- Línea de acción A.7.1. Crear estrategias de coordinación entre las dependencias.
- Línea de acción A.7.2. Coordinar las dependencias para que todos los registros de los establecimientos de hospedaje sean coincidentes.

- Línea de acción A.7.3. Conocer la real oferta y capacidad de hospedaje de Tapalpa, al tener registros actualizados.
- Línea de acción A.7.4. Diseñar planes de desarrollo turístico con información confiable.
- Línea de acción A.7.5. Crear estrategias de desarrollo para el sector turístico en base estadísticas actualizadas.

Estrategias A.8. Revisar que reglamento municipal sea acorde al crecimiento del sector.

- Línea de acción A.8.1. Crear mesas de trabajo con los actores para desarrollar un reglamento que sea incluyente y acorde al crecimiento del sector turístico.

1.3. Indicadores de mejora regulatoria

- 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
- Padrón actualizado de los establecimientos de hospedaje y cabañas:
 - Porcentaje de establecimientos que se regularizaron a partir de las verificaciones propuestas
- Coordinación entre dependencias:
 - Número de reuniones de trabajo entre las direcciones involucradas en la regularización de los establecimientos.
 - Integración de convenios de colaboración.
- 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
- Actualizar el reglamento municipal de turismo
 - Exigir que la administración analice sus reglamentos y los actualice conforme a los requerimientos

2. 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.

2.1. 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, cuya 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.

2.2. Planeación estratégica

Objetivo B. Generar mecanismos que disminuyan la competencia desleal entre los establecimientos de hospedaje

Estrategia B.1. Integrar a los prestadores de servicio en asociaciones que permitan trabajar en pro de los intereses particulares y del destino.

- Línea de acción B.1.1. Generar mecanismos para facilitar la integración de los prestadores de servicio en organismos empresariales.
- Línea de acción B.1.2. Favorecer la creación de asociaciones empresariales.

Estrategia B.2. Que las asociaciones de empresarios ya existentes establezcan los mecanismos para integrar a los demás prestadores de servicio y poder hacer alianzas estratégicas.

- Línea de acción B.2.1. Convenios de colaboración entre los prestadores de servicios.
- Línea de acción B.2.2. Generar alianzas estratégicas que permitan competir a los empresarios de manera eficiente.

Estrategia B.3. Realizar verificaciones para observar que los hoteleros cumplan con las tarifas establecidas y los servicios ofertados.

- Línea de acción B.3.1. Exigir a los establecimientos que exhiban los precios y los servicios que incluyen en las tarifas ofertadas.
- Línea de acción B.3.2. Acordar con los empresarios tarifas en las temporadas altas, para evitar la especulación de los precios.
- Línea de acción B.3.3 Realizar verificaciones para integrar a los prestadores que no están debidamente registrados.

Estrategia B.4. Generar acuerdos respecto a los mercados meta y los precios que se ofertaran.

- Línea de acción B.4.1. Generar acuerdos respecto a la política de precios y el futuro desarrollo turístico de Tapalpa.

2.3. Indicadores de mejora regulatoria

- Creación de asociaciones empresariales
 - Mecanismos para favorecer la integración de los prestadores de servicio en asociaciones.
- Verificación del cumplimiento y exhibición de tarifas y servicios ofertados
 - Visitas efectuadas por las dependencias para analizar el cumplimiento de los acuerdos.
- Acuerdos de colaboración entre empresarios
 - Número de acuerdos realizados por los prestadores de servicio en la fijación de precios y el desarrollo de Tapalpa.

3. 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.

3.1. 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.

Las cuales hasta la fecha se siguen representando 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.

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, el atlas de riesgos, así como la planeación y programación 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 (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.

3.2. Estrategias de mejora

Objetivo C. Crear mecanismos para el ordenamiento vial del centro histórico de Tapalpa

Estrategia C.1. Ordenamiento de las vialidades del centro histórico.

- Línea de acción C.1.1. Crear un plan de ordenamiento vial actualizado que considere el crecimiento en el centro histórico y de las demás localidades del municipio.
- Línea de acción C.1.2. Identificar los puntos conflictivos y generar alternativas para contrarrestar el impacto que éstos generan.
- Línea de acción C.1.3. Generar pares viales.⁶

Estrategia C.2. Creación del Plan de Desarrollo Urbano Municipal.

- Línea de acción C.2.1 Reunir mesas de trabajo para la actualización del Plan de Desarrollo Urbano del municipio y no únicamente del centro histórico.
- Línea de acción C.2.2. Integrar los lineamientos vialidad en los planes de desarrollo municipal según lo previsto en las legislaciones.

Estrategia C.3. Incluir el dictamen de Incorporación Vial

- Línea de acción C.3.1. Crear mecanismos para incluir a los ciudadanos en la planificación de las vialidades.
- Línea 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.

Estrategia C.4. Publicación del Reglamento de Vialidad

- Línea de acción C.4.1. Publicar el reglamento de vialidad del municipio.
- Línea de acción C.4.2. Agilizar trámites para incorporar los impactos viales de las construcciones.

6 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).

3.3. Indicadores de mejora regulatoria

- 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.
- 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.
- 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.

4. 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.

4.1. Instrumentos de planeación y regulación

La Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios señala, en los artículos 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, que 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. El artículo 10, inciso XXXV, de este código, señala como funciones del municipio las de 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 data de 1998, por lo cual no es acorde con el crecimiento que ha tenido el municipio.

4.2. Estrategias de mejora

Objetivo D. Instalar el Consejo de Planeación Urbana.

Estrategia D.1. Integrar mesas de trabajo con los actores involucrados.

- Línea de acción D.1.1. Convocar la creación del Consejo de Planeación Urbana de Tapalpa.
- Línea de acción D.1.2. Invitar a actores de la sociedad civil para la conformación del Consejo.
- Línea de acción D.1.3. Integrar las asociaciones y los encargados del sector turístico a contribuir en el consejo.
- Línea de acción D.1.4. Integrar un plan de acción a corto plazo.
- Línea de acción D.1.5. Formular el reglamento del consejo de planeación urbana.

Estrategia D.2. Integrar el Plan Parcial de Desarrollo Urbano de Tapalpa como acción prioritaria del consejo.

- Línea de acción 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.
- Línea de acción 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.
- Línea de acción D.2.3. Publicar el plan de desarrollo y acatar las medidas propuestas para reducir los efectos negativos del crecimiento urbano.

4.3. Indicadores de mejora regulatoria

- Integración del Consejo de Planeación Urbana:
 - Convocatoria con los actores para conformar el consejo.
 - Publicación del reglamento y del plan de trabajo del consejo.
- 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.

5. 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.

5.1. 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 Secretaría, 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, que 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 la SECTUR y el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) han otorgado el Distintivo G, que 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, el artículo 7, inciso VIII, indica 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 Secretaría 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 (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.

5.2. Estrategias de mejora

Objetivo E. Mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos

Estrategia E.1. Capacitación a los prestadores de servicio.

- Línea de acción 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.
- Línea de acción E.1.2. Realizar una campaña de concientización por parte de la Dirección de Turismo para mejorar la calidad de los servicios.
- Línea de acción 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.
- Línea de acción E.1.4. Cumplir con las verificaciones por parte de las dependencias para mejorar la calidad en los servicios ofertados.

Estrategia E.2. Regularizar las certificaciones.

- Línea de acción E.2.1. Realizar las verificaciones para que los establecimientos que ya obtuvieron alguna certificación sigan cumpliendo con la normativa.

Estrategia E.3. Incrementar el número de establecimientos con Distintivo H y M, y Punto Limpio.

- Línea de acción E.3.1. Realizar jornadas de trabajo que busquen incorporar a más prestadores de servicio dentro de los lineamientos de los distintivos.

PROPUESTAS DE MEJORA REGULATORIA

- Línea de acción 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.
- Línea de acción E.3.3. Capacitar a los prestadores de servicio para obtener las certificaciones y mantener los procesos para asegurar la calidad en los servicios.

Estrategia E.4. Accesibilidad de los servicios turísticos.

- Línea de acción E.4.1. Incorporar los lineamientos de la normativa para dar accesibilidad a los espacios públicos a las personas con discapacidad.
- Línea de acción E.4.2. Favorecer la incorporación del Distintivo G, para hacer un destino incluyente.

Estrategia E.5. Regularizar la clasificación de los establecimientos de hospedaje.

- Línea de acción E.5.1. Verificar que los establecimientos cumplan con los servicios que se oferta según su clasificación.
- Línea de acción E.5.2. Reclassificar los establecimientos de acuerdo a la normativa.
- Línea de acción E.5.3. Realizar procesos de verificación y control de la clasificación de los establecimientos.

5.3. Indicadores de mejora regulatoria

- 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.
- 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.

- Reclassificar 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 servicios acordes a la clasificación que exhiben.

6. 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.

6.1. Instrumentos de planeación y regulación

Dentro de las actividades de promoción del destino, 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 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, Durango por ejemplo, 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 los períodos de las administraciones públicas.

6.2. Estrategias de mejora

Objetivo F. Creación de una marca turística para Tapalpa

Estrategia F.1. Convocar a los empresarios, académicos y actores locales a la conformación de una marca turística.

- Línea de acción F.1.1. Contratar una agencia para que presente un proyecto de marca-destino.
- Línea de acción F.1.2. Integrar acuerdos para generar la marca local en conjunto con los actores involucrados.
- Línea de acción F.1.3. Generar los lineamientos de participación entre gobierno y demás actores.

Estrategia F.2. Convocar a la población local a determinar la marca turística.

- Línea de acción F.2.1. Incluir dentro de los presupuestos la convocatoria para patrocinar el concurso de marca turística.
- Línea de acción F.2.2. Integrar el jurado calificador y dictaminar la mejor estrategia.
- Línea de acción F.2.3. Registrar la marca como nombre colectivo.

Estrategia F.3. Posicionar la marca destino

- Línea de acción F.3.1. Dar seguimiento a la marca con el apoyo del Consejo de Promoción Turística.

6.3. Indicadores de mejora regulatoria

- Creación, registro 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 ante al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial .
 - 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.

7. FUSIÓN DE LAS DIRECCIONES DE TURISMO Y CULTURA

Desde el gobierno federal, 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.

7.1. Instrumentos de planeación y regulación

En la ciudad de Puebla se había propuesto la fusión de la Secretaría 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, 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 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.

El Reglamento de Turismo de Tapalpa plantea que el Consejo Municipal de Turismo debe incluir al director de cultura. 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 en el presupuesto del municipio.

7.2. Estrategias de mejora

Objetivo G. Fusionar las direcciones municipales de Turismo y Cultura

Estrategia G.1. Desarrollar un estudio de los efectos de fusionar las dependencias.

- Línea de acción G.1.1. Presentar la iniciativa a los actores del sector para concientizarlos de los beneficios que esta representaría.
- Línea de acción G.1.2. Investigar el ahorro presupuestario que se lograría con la fusión de las dependencias.
- Línea de acción G.1.3. Generar un programa de actividades de promoción y desarrollo turístico cultural.
- Línea de acción G.1.4. Proponer las reformas en las leyes correspondientes para llevar a cabo esta iniciativa.

Estrategia G.2. Presentar la iniciativa al cabildo con el respaldo de los actores involucrados para su aprobación.

- Línea de acción G.2.1. Con base en los mecanismos establecidos por la ley proponer la iniciativa y buscar la aprobación y publicación de esta.

7.3. Indicadores de mejora regulatoria

- 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.
- Fusión de las direcciones municipales de Turismo y Cultura.
 - Presentar agenda de trabajo que incluya ambas actividades, mejora presupuestaria y plan de trabajo.

8. 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 vuelva 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.

8.1. 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 la denominación de Pueblo Mágico tendrá que comprobar el cumplimiento de al menos el 90% de los ejes y del 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, y 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 deben ser incluidos en los reglamentos vigentes.

8.2. Estrategias de mejora

Objetivo H. Reglamentar el comercio en el centro histórico.

Estrategia H.1. Ordenar a los comerciantes semifijos y ambulantes.

- Línea de acción H.1.1. Implementar el plan de ordenamiento del comercio para evitar que se instale en zonas prioritarias.
- Línea de acción H.1.2 Vigilar el cumplimiento de las normativas del Programa Pueblos Mágicos.

Estrategia H.2. Prohibir la creación de giros negros y actividades que no vayan acordes con la dinámica local en los reglamentos correspondientes.

- Línea de acción H.2.1. Revisar las legislaciones para evitar lagunas legales que permitan la creación de negocios que alteren la dinámica de Tapalpa.
- Línea de acción H.2.2. Concientizar a los empresarios de la importancia de mantener la imagen de Tapalpa.

Estrategia H.3. Realizar verificaciones de los negocios establecidos para evitar actividades fuera de la ley.

- Línea de acción H.3.1. Según lo establecido en los reglamentos, coordinar con las diferentes dependencias las verificaciones de los negocios establecidos.

8.3. Indicadores de mejora regulatoria

- 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.
- Revisión de los reglamentos y en su efecto generar una propuesta de modificación para evitar la creación de giros negros.
- Número de verificaciones a los establecimientos.

Cuarta parte

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Con base en la información presentada en el Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad 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 lo visitan.

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:

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.

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.

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 que regule este segmento de actividad.
- Este 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.

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.

2. RECOMENDACIONES PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO

La gestión es un elemento fundamental para la competitividad de los destinos turísticos. La forma en que los actores turísticos locales (empresarios, sociedad, gobierno municipal, y población local) 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.

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 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, establecería las estrategias de promoción turística para el destino, entre otras funciones.

Dirección de Turismo y Cultura

- El turismo y la cultura local no pueden trabajar de forma dissociada, 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.

Marca-destino (marca turística)

- Para efectos de posicionar al destino Tapalpa y con ello mejorar su com-

petitividad 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.

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.

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 fluida y segura, que garantice la 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:

RECOMENDACIONES

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).

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.

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.

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).

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.

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 plazos, 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:

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.

Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio

En concordancia con lo que establece la Ley Estatal del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, 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 (Sema-det), elaboren el Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio de Tapalpa. Dicho instrumento permitirá contar con las herramientas legales para el crecimiento ordenado del territorio, incluyendo las actividades turísticas.

Atlas de riesgos

- Se recomienda que el municipio de Tapalpa elabore un 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.

5. 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.

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

RECOMENDACIONES

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:

- Ampliación y mejoramiento de las vías de comunicación.
- Crear una red de transporte público local (municipal e intermunicipal).
- Colocación de señalética turística.
- Homogenización de la nomenclatura en la cabecera municipal.
- Instalación de paradores turísticos que permitan la observación del entorno cercano a Tapalpa, como el Nevado de Colima y la Laguna de Sayula.
- Rehabilitación de fachadas en la cabecera municipal.
- Ocultamiento de la red eléctrica y telefónica en toda la cabecera municipal.⁷
- Ampliación de la red de drenaje municipal.
- Rehabilitación de la planta de tratamiento de aguas residuales de Tapalpa.

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.

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, por ejemplo:

⁷ El principal atractivo de Tapalpa es su fisonomía urbana, la cual no sólo es característica del primer cuadro, sino de toda la cabecera municipal.

- Renovación de las unidades que ofrecen el servicio de transporte foráneo.
- Construcción de un centro de convenciones.
- Estacionamientos de borde (perimetrales).
- Remodelación de establecimientos de hospedaje y de alimentos y bebidas.
- Aumento de la oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.
- Incremento de la oferta de atractivos turísticos.
- 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.

6. 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 y 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 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 los impacta. 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.

Aprovechamiento integral del patrimonio

Estrategia 1: Turismo con-sentido cultural

Proyectos y líneas de acción:

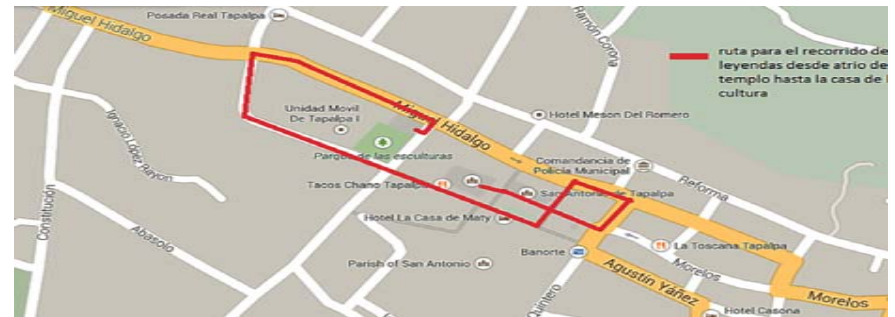
a) Recorridos nocturnos dramatizados y musicalizados

- 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, quiosco, 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 y 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 SECTUR/JALISCO 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 que vinculen a Tapalpa con las localidades más cercanas para que obtenga un espectro 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, las ruinas de la primera fábrica de papel en el Occidente, Ferrería de Tula y San Antonio.
- Lograr convenios con transportistas para el traslado de los visitantes.
- Buscar fuentes de financiamiento por parte de las empresas privadas y los gobiernos municipal, estatal y federal, para dotar al 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.

RECOMENDACIONES

Plan de acción			
Objetivo	Estrategias	Líneas de acción	Responsable
1. Destinar inversión pública para la dotación de servicios e infraestructura	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	Ayuntamiento de Tapalpa
		1.1.2. Fortalecer la capacidad de gestión de recursos	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	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	
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	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	
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	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	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 (Continuación)			
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	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	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	Ayuntamiento de Tapalpa / SECTURJAL
		5.2.2. Realizar las gestiones correspondientes ante la autoridad federal y estatal	
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	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 IVA 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 microempresas 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
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/ 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/ Ayuntamiento de Tapalpa / Coprofotur Sierra de Tapalpa / Municipios involucrados
		8.2.2. Gestionar recursos para la ejecución de dichos proyectos	

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.

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 folclor y promoverlo entre 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 socio-cultural.

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, rompopo, 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 locales.
- Documentar las recetas tradicionales como fuente de información etno-histórica, bajo el resguardo del sector público, la biblioteca e instituciones educativas.
- Elaborar un directorio de productores artesanales tanto de la cabecera como de 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, recitales de poesía, conferencias, seminarios, sin alterar el uso cotidiano de la biblioteca como recinto de soporte educativo local.

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 la 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

- Ayuntamiento de Mazamitla (2010). *Plan Municipal de Desarrollo 2010-2012*. México.
- 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
- 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.
- Ayuntamiento de Tapalpa; SECTUR; FIDETUR (2013). *Plan de Desarrollo Turístico Local 2013-2018*. México.
- Consejo Estatal de Población de Jalisco (2012). Índice de Desarrollo Municipal, 2012. México. 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>
- 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.
- 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». 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.
- Hoyo, G. y Hernández, Ó. (2008). «Localidades con recursos turísticos y el programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la nueva ruralidad. Los casos de Tepetzotlán y Valle de bravo en el Estado de México». *Revista Quivera*, vol. 10, núm. 2, julio-diciembre. México. pp. 111-130.

- 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>
- 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.
- 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
- 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», *Forbes México*. México. Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/sites/jalisco-se-lanza-la-aventura-del-turismo-vip/>
- 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 AEDM*, 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.
- 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*, núm. 50 jul./dic. Morelia. México. pp. 11-60.
- Secretaría 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
- Secretaría de Turismo, CESTUR (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.

REFERENCIAS

- (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.
- Secretaría 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.
- 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>
- Secretaría de Desarrollo Urbano de Jalisco (s.f.). *Plan de desarrollo urbano de Tapalpa*. México.
- Secretaría de Planeación de Jalisco (2013). *Inversión pública estatal 2013*. México. Recuperado de: <http://seplan.app.jalisco.gob.mx/siproipe/proyecto/ver/612015?regionId=>
- 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..
- 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.
- 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*

Entrevistas realizadas

- David Rivera Ortega, secretario del Ayuntamiento de Tapalpa.
- Edgar Barragán, CONALEP, Tapalpa.
- Enrique Partida Fonseca, Comité Tapalpa Pueblo Mágico.
- Felipe de J. Calderón Aceves, Vive Tapalpa.
- Fernando Estrada Laureano, Dirección de Obras Públicas, Ayuntamiento de Tapalpa.
- 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, Dirección de Ecología, Ayuntamiento de Tapalpa.
- Jorge Arturo Martínez, CUSur, Universidad de Guadalajara.
- José de Jesús Ruiz Morales, Dirección de Cultura, Ayuntamiento de Tapalpa.
- Julio Brenes Arroyo, Universidad de Costa Rica.
- Karla Isboeth Peregrina Córdova, Dirección de Turismo, Ayuntamiento de Tapalpa.
- Leticia Joseph Matilla, Eko-Park.
- Luz María Preciado González, Asociación de Artesanos de Tapalpa.
- María Guadalupe Alcántar, Grupo Comunitario «Ijijyoteotl».
- Martín Daniel Bacilio, presidente municipal, Ayuntamiento de Tapalpa.
- 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, Dirección de Servicios Públicos Municipales, Ayuntamiento de Tapalpa.

Diagnósticos de Competitividad y Sustentabilidad de los «Pueblos Mágicos» de Jalisco, volumen IV, Tapalpa
se terminó de imprimir en octubre de 2015 en los talleres gráficos de Acento Editores,
Reforma 654, Col. Centro, Guadalajara, Jalisco.

En su composición se utilizaron tipo de las familias Bell MT y Calibri.

Diseño de portada: Alfredo Gutiérrez Ramírez
Fotografía de portada: cortesía de la Dirección de Turismo del municipio de Tapalpa, 2012-2015

El cuidado de la edición estuvo a cargo de
Karina Melisa Rodríguez Bocanegra y Miguel Ángel Serrano.



Una de las tareas emprendidas por la Secretaría de Turismo federal, como parte de la Política Turística Nacional 2013-2018, consistió en realizar —conjuntamente con las dependencias de turismo estatales— los estudios denominados: Diagnósticos de Competitividad y Sustentabilidad de los Pueblos Mágicos de México, cuyo objetivo persigue el desarrollo turístico.

Para el logro de tal propósito, en cada una de las investigaciones se plantea una serie de acciones y estrategias orientadas a mejorar la competitividad turística y la sustentabilidad en los destinos que han sido acreedores a esta distinción, y dentro de ellos al estado de Jalisco lo distinguen cinco Pueblos Mágicos, a saber: Mazamitla, Tapalpa, Tequila, Lagos de Moreno y San Sebastián del Oeste. Además, en estos trabajos se propone una cartera de proyectos de gran calado para incorporarse en la agenda de inversión pública, de tal modo que permita a estos lugares consolidarse en los mercados turísticos nacional e internacional.