



**UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO
DE PUEBLA**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO SOSTENIBLE DE HUAMANTLA,
TLAXCALA MÉXICO.”**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN
HÁBITAT SUSTENTABLE**

PRESENTA:

KARLA CERVANTES ALTAMIRANO

DIRECTOR DE TESIS:

DR. OCTAVIO FLORES HIDALGO

PUEBLA, MÉXICO. SEPTIEMBRE 2020



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
JUSTIFICACIÓN	12
OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
PREGUNTAS CONDUCTORAS.....	14
METODOLOGÍA.....	15
CONCEPTOS	16
CAPÍTULO I NORMATIVA PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA EN MEXICO	18
LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA INCORPORACIÓN Y PERMANENCIA AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	19
LINEAMIENTOS PARA LA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	19
PROCESO DE PERMANENCIA.....	21
NORMATIVA PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE HUAMANTLA, TLAXCALA.....	24
CAPÍTULO II BENCH MARKING.....	30
ZACATLAN DE LAS MANZANAS PUEBLA	31
DIAGRAMA DE ACTORES	34
CUETZALAN DEL PROGRESO.....	39
DIAGRAMA DE ACTORES	42
ALAMOS SONORA.....	45
Atractivos.....	47
DIAGRAMA DE ACTORES	47
CAPÍTULO II ANÁLISIS-DIAGNOSTICO	53
ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	53
ATRATIVOS CULTURALES.....	53
ATRATIVOS ARQUITECTÓNICOS	57
ATRATIVOS NATURALES	61
TRADICIONES	65
GASTRONOMÍA.....	69
ARTESANÍAS.....	70

HOSPEDAJE	71
RESTAURANTES, BARES Y CAFETERÍAS	74
SALUD	75
SEGURIDAD	75
ACCESIBILIDAD.....	75
PRINCIPALES CARRETERAS.....	76
DIAGRAMA DE ACTORES	76
SITUACIÓN DEL MERCADO ACTUAL	78
GASTO PROMEDIO POR TURISTA.	78
ESTANCIA PROMEDIO POR TURISTA	78
PERFIL DEL TURISTA.....	78
MOTIVO DE VIAJE	79
LLEGADAS DE TURISTAS.....	80
FODA.....	80
FORTALEZAS.....	81
OPORTUNIDADES.....	81
DEBILIDADES	82
AMENAZAS.....	82
MATRIZ CAME.....	83
CAPÍTULO VI DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO	89
OBJETIVO ESTRATÉGICO	89
ESTRATEGIAS	89
PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE	90
PROGRAMA DE CULTURA TURÍSTICA	92
PROGRAMA DE MARKETING	94
PROGRAMA DE REVALORIZAR LOS ATRACTIVOS	95
PROGRAMA DE NORMATIVA.....	98
PROGRAMA MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA	99
PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA	101
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN	103
CONCLUSIÓN	107

Aporte.....	109
Propuestas de investigación.....	111
Bibliografía.....	112
Figura 1 Cuadro metodológico. Marzo 2020.....	16
Figura 2 Cuadro requisitos para Pueblos Mágicos con los que cuenta Huamantla. Febrero 2020.....	27
Figura 3 Análisis y evaluación normativo. Agosto 2020.....	28
Figura 4 Atractivos de Zacatlán de las Manzanas. febrero 2020.....	32
Figura 5 Atractivos de Zacatlán de las Manzanas parte II. febrero 2020.....	33
Figura 6 Diagrama de actores de Zacatlán de las Manzanas. abril 2020.....	34
Figura 7 2 Cuadro requisitos para Pueblos Mágicos con los que cuenta Zacatlán de las Manzanas. marzo 2020.....	35
Figura 8 Acciones de Zacatlán como Pueblo Mágico. febrero 2020.....	36
Figura 9 Atractivos de Cuetzalan. febrero 2020.....	40
Figura 10 Vista de los atractivos de Cuetzalan. Recuperado de https://mtpnoticias.com/breaking-news/si-lo-tuyo-es-ir-a-pueblear-te-recomiendo-una-ciudad-hermosa-cuetzalan/ abril 2020.....	41
Figura 11 Diagrama de actores de Cuetzalan. marzo 2020.....	42
Figura 12 Requisitos como pueblo mágico con los que cuenta Cuetzalan. marzo 2020.....	43
Figura 13 Acciones de Cuetzalan como Pueblo mágico. marzo 2020.....	44
Figura 14 Atractivos de Álamos. abril 2020.....	47
Figura 15 Diagrama de actores de Álamos. abril 2020.....	48
Figura 16 Acciones como pueblo mágico de álamos. abril 2020.....	49
Figura 17 Requisitos para pueblos mágicos con los que cumple Álamos. abril 2020.....	50
Figura 18 Cuadro comparativo de Zacatlán, Cuetzalan y Álamos. abril 2020.....	51
Figura 19 Evaluación de los atractivos culturales de Huamantla. febrero 2020.....	55
Figura 20 Evaluación de los atractivos culturales parte II de Huamantla. febrero 2020.....	56
Figura 21 Evaluación de los atractivos arquitectónicos de Huamantla. febrero 2020.....	58
Figura 22 Evaluación de los atractivos arquitectónicos parte II de Huamantla. febrero 2020.....	59
Figura 23 Collage de los atractivos arquitectónicos de Huamantla. abril 2020.....	60
Figura 24 Evaluación de las rutas no registradas de Huamantla. febrero 2020.....	63
Figura 25 Relación de hoteles que hay en Huamantla. noviembre 2019.....	72
Figura 26 Relación de establecimientos de alimentos y bebidas en Huamantla. enero 2020.....	74
Figura 27 Accesibilidad a Huamantla Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/huamantla-tlaxcala/ marzo 2020.....	76
Figura 28 Diagrama de actores de Huamantla. marzo 2020.....	77

Figura 29 Flujo de visitantes en Huamantla 2015-2019. Recuperado de turismo Tlaxcala marzo 2020.	80
Figura 30 Matriz CAME "mantener fortalezas" marzo 2020	84
Figura 31 Matriz CAME "explotar oportunidades" marzo 2020.....	85
Figura 32 Matriz CAME "corregir debilidades" marzo 2020	86
Figura 33 Matriz CAME "afrontar amenazas" marzo 2020	87
Figura 34 Cronograma del programa turismo sostenible, agosto 2020.....	91
Figura 35 Cronograma de programa de cultura turística, agosto 2020.	93
Figura 36 Cronograma de programa de marketing, agosto 2020.	95
Figura 37 Cronograma de programa de revalorizar los atractivos, agosto 2020.	97
Figura 38 Cronograma de programa de normatividad, agosto 2020.....	99
Figura 39 Cronograma de mejoramiento de imagen urbana, agosto 2020.	101
Figura 40 Cronograma de programa de calidad turística, agosto 2020.	103
Figura 41 Evaluación de los programas mayo 2020.	105
Figura 42 Semáforo de cumplimiento, agosto 2020.	106

Ilustración 1 Reloj de Zacatlán de las Manzanas, Puebla. Recuperado de https://www.visitmexico.com/es/destinos-principales/puebla/zacatlan-de-las-manzanas marzo 2020.	31
Ilustración 2 Explanada de la iglesia principal. Recuperado de https://ntcd.mx/nota-turismo-la-ruta-de-mexico--el-pueblo-mágico-de-Zacatlán--puebla-----2017231026 marzo 2020.	33
Ilustración 3 Mapa turístico de Zacatlán. Recuperado de https://www.tripadvisor.com.mx/ShowUserReviews-g2440580-d12712614-r685254758-Fabrica_El_Convento_1567-Zacatlan_Central_Mexico_and_Gulf_Coast.html marzo 2020.	38
Ilustración 4 Fachada de la Iglesia de Cuetzalan. Recuperado de https://programadestinosmexico.com/pueblos-magicos/cuetzalan.html/ abril 2020.	41
Ilustración 5 Mapa turístico de Cuetzalan. Recuperado de https://maravillasdecuetzalan.wordpress.com/2016/11/13/maravillas-de-cuetzalan-2/ abril 2020.	45
Ilustración 6 Plaza principal Álamos Sonora. Recuperado de https://vervena.com.mx/pueblos-magicos-alamos-sonora.php abril 2020.	46
Ilustración 7 Collage de los atractivos culturales de Huamantla. abril 2020.	57
Ilustración 8 Mapa turístico de Huamantla. febrero 2020.....	61
Ilustración 9 Mapa de las rutas no registradas de Huamantla. febrero 2020.	64
Ilustración 10 Collage de la Noche que nadie duerme en Huamantla. mayo 2020.	67
Ilustración 11 Collage de la tradicional Huamantlada. mayo 2020.....	68
Ilustración 12 Collage gastronomía de Huamantla. mayo 2020.	70
Ilustración 13 Collage artesanías de Huamantla. mayo 2020.	71

INTRODUCCIÓN

En el año 2020 el mundo se paralizó debido a una emergencia sanitaria, un nuevo virus se propagaba de manera rápida que amenazaba con la vida de muchas personas lo cual provocó un confinamiento en todo el mundo, para México empezó a mediados de marzo, las escuelas mudaron sus clases a lo virtual, muchas empresas cerraron, la gente debía quedarse en casa para evitar contagios.

El turismo tuvo una caída por dos razones, por un lado, las diversas restricciones a la movilidad de las personas impulsadas por los gobiernos en el mundo para reducir los efectos de la enfermedad, impactan la línea de flotación del turismo pues es evidente que sin movilidad no hay turismo y, por otra parte, la recesión económica de carácter global aparejada a la enfermedad supondrá una reducción en el ingreso disponible y el gasto de las familias y traerá consigo, también, una contención de los gastos de viajes de las empresas. (CICOTUR, 2020)

La más reciente actualización de las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo establece que, en el peor escenario, la contracción en el flujo turístico mundial podría ser de hasta el 78% en el año. Esto significaría una pérdida de más de mil millones de viajes internacionales, más de 1.2 billones de dólares y la puesta en riesgo de entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo. La reducción estimada en el consumo turístico para 2020 en México es de 1.6 billones de pesos. Esto es una contracción estimada en 49.3% con relación al año previo. (CICOTUR, 2020)

Mencionando lo anterior se necesitan desarrollar estrategias para reactivar el turismo en el país y en el mundo, según la OMT para reabrir el turismo se encuentran:

- Priorizar calidad por encima de la cantidad
- Diversificar los productos de turismo cultural
- Impulsar la participación de las comunidades y el turismo doméstico

- Personalizar la oferta cultural para los visitantes internacionales
- Favorecer el emprendimiento y la innovación en el turismo cultural
- Hacer el turismo cultural accesible para todos

Los puntos mencionados son propuestas que anteriormente ya ha sugerido la OMT, que los podemos encontrar como por ejemplo en el “Turismo sostenible”. (Asprilla, 2020)

Turismo sostenible; se define como el que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (DATATUR, 2012)

En los últimos años la demanda del turismo ha aumentado significativamente además que se ha posicionado dentro de las principales actividades económicas del país, pero a su vez el turismo junto con las demás actividades han sobre explotado los recursos de manera que esto ha afectado al medio ambiente, y la situación actual en el mundo derivado del virus, nos muestra lo importante de tener una planificación en turismo sostenible., fue esto lo que me llevó a una propuesta en la planeación turística en el Pueblo Mágico de Huamantla ubicado en el estado de Tlaxcala para mejorar el desarrollo turístico de manera sostenible, entre sus atractivos y servicios, otra razón importante por el cual decidí realizar mi investigación es porque soy originaria de dicho pueblo.

Como originaria de este lugar, me es un reto el poder darle un nuevo enfoque al turismo de Huamantla desde su planeación turística, para que sea sostenible, y pueda haber un desarrollo local, dando las mismas oportunidades y beneficios para todos.

El primer capítulo se presenta la normativa vigente para llevar a cabo la actividad turística en México, que van desde las normas mexicanas que son aplicables en toda la república, después se mencionan los lineamientos para incorporación y permanencia de pueblos mágicos como también el reglamento de turismo en Huamantla, ayudando a identificar con cuales de estas normas no cumplen en el pueblo mágico, que da pauta analizar las posibles fallas y soluciones.

Para el capítulo 2 se realizó un bench marking, un estudio que busca medir y comparar en este caso los servicios, atractivos, productos de un lugar para poder detectar y llevar una mejora al destino en este caso para Huamantla, para este estudio se analizó Zacatlán de las manzanas Puebla, Cuetzalan Puebla y Álamos Sonora debido a la similitud que existen y que ahora se encuentran dentro de los Pueblos mágicos favoritos para visitar, por ello se identifican las mejoras aplicables para Huamantla.

En el capítulo 3 se elaboró un análisis para obtener un diagnóstico, el cual consiste en la recopilación de todos los sitios, productos y o rutas turísticas con los que cuenta Huamantla, conocer sus condiciones actuales, también acerca de la infraestructura turística como son hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento, transporte, hospitales, seguridad, vías de acceso. Además de recopilar sus costumbres, cultura, tradiciones que pueden ayudar a mejorar la estancia del turista. Al elaborar el análisis FODA, que permite detectar tanto sus fortalezas, oportunidades como amenazas y debilidades se elabora una matriz CAME que da pauta a las estrategias que requiere Huamantla para llevar a cabo el plan maestro.

Posteriormente el capítulo 4 se desarrollan las estrategias necesarias que puedan cumplir con el objetivo de este proyecto, las estrategias van de creación de una promoción turística hasta el mejoramiento de la imagen urbana de Huamantla, esto según el diagnóstico obtenido previamente en el capítulo 3.

Finalmente, en el capítulo 5 y último se expone una conclusión general en la que se recupera aspectos importantes de cada capítulo del proyecto y la importancia que tiene este plan estratégico para el turismo de Huamantla, así como futuros proyectos.

Turismo; Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (DATATUR,2006)

Turismo sostenible; se define como el que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Desarrollo local; A nivel general, el desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue impulsar el desarrollo endógeno, la autoorganización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual. (Alonso;2013:12-13)

Planeación estratégica; es el proceso por el cual se establecen directrices para la definición de planes de acción que le promoverán ventajas competitivas y sustentabilidad a largo plazo a la organización. Se basa en identificar los recursos potenciales, ordenar las competencias, identificar fortalezas y debilidades y establecer el conjunto de medidas integradas que se aplicarán para asegurar que la organización alcance los resultados planeados. (Sapiro;2013:34)

Desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Brundtland;1987:27)

La participación social es aquella en la cual los individuos pertenecen a asociaciones u organizaciones para defender los intereses de sus integrantes, pero el Estado no es el principal locutor, sino otras instituciones sociales. (Martínez, 2015)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad económica alternativa para algunas comunidades que pretende dinamizar su economía local, a partir de la incorporación a este sector como una opción para mejorar sus ingresos y calidad de vida. (Ortega;2014:71) De acuerdo al barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT) México se encuentra en el ranking de turismo en el lugar 7 en llegada de visitas con un total de 41 millones 400 mil turistas en el año 2018 y en el lugar 16 por ingreso de divisas con 22 mil 500 millones de dólares en el año 2018.

Para el 2018 el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) representó 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB) total del país.

En la actualidad, la actividad turística se asume como una significativa oportunidad para impulsar el desarrollo local en las regiones destino, por lo que se han configurado políticas públicas que promueven su diversificación y consolidación en los países en desarrollo. Dichas iniciativas pretenden, por lo menos en el discurso, favorecer el desarrollo de la actividad desde tres perspectivas: la conservación del patrimonio cultural (tangibles e intangibles), la preservación ambiental y como soporte para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales. En este contexto, la política pública y el turismo convergen con la pretensión, no siempre cumplida, de impulsar un desarrollo integral y el bienestar de la sociedad a partir del aprovechamiento recreativo de los recursos.

En México la política turística es delineada por la Secretaría de Turismo (SECTUR) que, desde 2001, formuló, en colaboración con diversas dependencias públicas federales, gobiernos estatales y municipales, el programa pueblos mágicos. Pueblos Mágicos es un Programa de política turística que actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva del turismo de México, por ello la Secretaría de Turismo Federal, busca mantenerla en un nivel de respeto y de cumplimiento de sus reglas de operación, para lograr los objetivos de desarrollo y hacer del turismo en las localidades una actividad que contribuya a elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión.

El Programa Pueblos Mágicos tiene como objetivo principal “fomentar el desarrollo sustentable de las localidades a través de la actividad turística y de mejoras urbanas puntuales. El programa busca aprovechar los atributos de cada comunidad generando productos turísticos competitivos para atraer visitantes, detonando así la economía local y por consiguiente el desarrollo. (SECTUR;2014)

Los Pueblos Mágicos, son localidades que requieren orientarse para fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y desarrollo de sus productos

turísticos, el marketing y la tecnificación, en suma, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado turístico. (SECTUR;2014)

Bajo este orden de ideas, la presente administración federal instrumentó un modelo renovado de gestión turística inteligente en los Pueblos Mágicos, con reglas claras y alcanzables, derivadas de un proceso de reingeniería donde se establecen criterios de incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. Actualmente en nuestro país se encuentran 121 pueblos mágicos registrados. (SECTUR; 2019)

De los 121 pueblos, se estudió el caso de la ciudad de Huamantla Tlaxcala, en 2007 fue nombrada “Pueblo Mágico” de ello derivaron varios problemas que se han evidenciado en una evaluación de desempeño de los destinos turísticos, llevado a cabo por el Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR 2013), La Secretaría de Turismo (SECTUR) y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) esto según su Índice de Desempeño Turístico (IDT). En este trabajo IDT tomó como referencia 35 pueblos mágicos, 10 ciudades patrimonio 4 playas y 1 ciudad, siendo en total 50 destinos turísticos donde cada uno se posicionó dependiendo su desempeño.

En Huamantla se vio la ausencia de la poca oferta y un desarrollo no tan avanzado; en el año 2001 contaba con 208 habitaciones, para el año 2010 solo había aumentado a 240, en cuestiones de restaurantes en 2010 contaba con 17, y con ninguna ruta turística o gastronómica, lo cual lo posiciona en el lugar número 40 de 50 lugares analizados, con base lo expuesto por CESTUR. En cuanto a la promoción también presenta un problema al solo contar con 2 redes sociales, 2 páginas web una agencia y ningún organismo u oficinas de convenciones de visitantes, lo cual lo posicionó en el lugar 24 de 50.

A esto se le suma un problema en cuanto a la satisfacción de los turistas, el modelo de satisfacción para pueblos mágicos tiene como promedio 8.55 y Huamantla está en 7.39 lo cual se encuentra muy por debajo en cuanto las experiencias que se llevan los turistas.

Asimismo, la poca estrategia sustentable muestra una baja participación a cuanto la aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo y los comités de turismo sustentable con base a lo publicado por (CESTUR).

CESTUR, presenta un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas donde expone que Huamantla carece de un portal de información actual de los acontecimientos del municipio, se tiene que en promedio la estadía de los turistas es muy bajo, falta de promoción de los atractivos y eventos aunado de la falta de articulación entre particulares y municipio, además la oferta de hospedaje no es suficiente ni de calidad.

Así como desarrollo, diversificación y articulación de productos turísticos que motiven una mayor estancia y gasto en los visitantes aprovechando los diversos atractivos con los que se cuenta, diseño de un plan de promoción que permita publicitar a nivel regional y nacional los diferentes atractivos con los que se tiene utilizando medios tradicionales, internet y redes sociales. De igual forma para construir establecimientos de hospedaje primero es necesario incrementar la estancia y el número de turistas.

También, pláticas con residentes del municipio como es el Arquitecto Marco Antonio Galindo Bretón, el cual expuso una serie de problemas, como es la articulación de todos los atractivos turísticos, con el municipio, la poca difusión que se le da a estos atractivos, falta de capacitación y profesionalización a hoteles, restaurantes, operadoras y prestadores de servicios turísticos acerca de la sustentabilidad y cómo se presta el servicio, no existe apoyo a la iniciativa de inversión turística, en general falta de una estrategia de gestión de turismo y más a un de tipo sustentable.

En síntesis, se encuentra que el problema central se deriva de la ausencia de una planeación estratégica de desarrollo turístico por parte de turismo municipal, municipio y dependencias, lo que conlleva a las problemáticas como son: poco apoyo a los sitios turísticos, falta de información de los atractivos, falta de capacitación y de personal, además de que no hay una estrategia sustentable.

JUSTIFICACIÓN

La actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a mejorar sus condiciones de vida y tener una alternativa de ocupación. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual

a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. (Coromoto;2011:136)

El desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico. Se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse de manera relevante los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo. Las autoridades y la ciudadanía residente son los agentes protagónicos en los procesos de desarrollo local. Muchas veces son los líderes principales de las iniciativas de desarrollo al impulsar en sus territorios la movilización y concertación de actores para el desarrollo integral a nivel local.

En la actualidad el turismo se ha incrementado considerablemente, por lo que se ha creado nuevos productos turísticos que permiten satisfacer la creciente demanda. Sin embargo, el auge referido ha traído consigo más efectos negativos que positivos, debido a una gestión inadecuada ya que se ha creído que el turismo por generar un crecimiento económico debe ser impulsado sin límites (Flores;2014:81). Debido al uso desmedido de los atractivos tanto naturales como culturales se generan diferentes estrategias para anticipar y prevenir o modificar las actividades turísticas que puedan amenazar los atributos claves del entorno.

La dificultad de los problemas ambientales plantea un reto importante para los países, por lo cual ha generado el diseño de diferentes estrategias para la conservación del medio ambiente de manera que es esto es importante para el municipio de Huamantla ya que cuenta con una zona protegida que es la Malintzi utilizada para conservación de territorio y servicio ambientales, producción sustentable y protección de especies y a su vez como recurso en actividades económicas como es la agricultura y el turismo.

Entendiendo que el nombramiento de una comunidad como Pueblo Mágico es para impulsar su desarrollo, recuperando su imagen urbana, conservando el patrimonio y generando una oferta turística que a su vez traiga consigo un incremento en la economía local, para con ello beneficiar a la sociedad. Sin embargo, se perciben algunas ambigüedades en los pueblos con el distintivo, por ello, la propuesta de la Planeación estratégica para el desarrollo local-turístico sustentable para Huamantla tiene relevancia dentro del ámbito de la sustentabilidad,

puesto que enfoca aspectos sociales, cuestiones urbanas, alternativas de desarrollo y retos de turismo desde una perspectiva integral.

Cabe destacar que Huamantla es una de las principales ciudades del estado de Tlaxcala no solo por la cercanía que se tiene con grandes ciudades como son; Ciudad de México, Puebla, Veracruz entre otras, sino que también por sus hermosas tradiciones lo cual resulta un aprovechamiento para el turismo generando que los residentes además de vender su arte adquieran un compromiso urbano ambiental y de entidad.

Es por ello que el desarrollo local y el turismo son a la vez estrategias de progreso que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representan una oportunidad diferente para el impulso. La actividad turística a nivel local debe situarse como un escenario que permita proyectar el desarrollo desde una óptica de preservación del medio ambiente y valoración de la riqueza cultural y social como estrategia de vida comunitaria.

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Diseñar estrategias de articulación de los atractivos y gestión de los servicios turísticos en el municipio de Huamantla Tlaxcala,

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer acciones que aprovechen atractivos, infraestructura, espacios para generar nuevas rutas o productos turísticos.
- Analizar acciones que permitan una articulación entre inversión privada y municipio caracterizando los beneficios que puede lograr.
- Identificar las estrategias que incrementen la participación en la sociedad que apoye la actividad turística como factor de desarrollo.

PREGUNTAS CONDUCTORAS

- ¿El diseño de estrategias podrá generar un desarrollo local mediante la articulación de los atractivos y servicios turísticos en el municipio de Huamantla Tlaxcala?

- ¿Cuáles son las acciones para proponer para el aprovechamiento de atractivos, infraestructura y espacios para generar nuevas rutas o innovación en los productos turísticos?
- ¿Qué acciones permitirán una articulación entre inversión privada y municipio para beneficio del desarrollo local?

METODOLOGÍA

La herramienta metodológica durante el proceso será: la *Planeación Estratégica* ya que proporciona un marco real para que, se comprendan y evalúen la situación del sitio. Esto, ayuda a alinear con el fin de que emplear un lenguaje común basado en la misma información, lo que ayudará a que surjan alternativas provechosas y de valor.

El plan estratégico establece el quehacer de cada actor, lo que garantiza que las acciones de cada uno estén direccionadas hacia el cumplimiento de las metas a futuro,

La planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para qué se tomen mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo. (Barrón;2011:50)

Desarrollo comunitario; es una técnica o practica social que tiene por objetivo fundamental la promoción del hombre, movilizando recursos humanos e institucionales, mediante la participación activa y democrática de la población en el estudio, programación y ejecución de los diferentes programas comunitarios. Es una acción de la comunidad, que pretende cambios actitudinales y en donde la participación popular es el elemento fundamental en los programas de desarrollo de la comunidad. (Egg;2010:3)

Diseño participativo; el directo involucramiento de las personas en el codiseño de las tecnologías que utilizan y su interés central es cómo los procesos colaborativos de diseño

pueden ser determinados por la participación de aquellos afectados por la tecnología diseñada. (Carnelli;2018:27)

Participación de la comunidad local, se considera importante en el desarrollo de un proyecto turístico, puesto que representa una herramienta de conocimiento y conservación, siendo la comunidad quien mejor conoce la zona, sus características y dinámicas, así como las alternativas viables y diversas de explotación de los recursos. (Forero;2011:12-13)

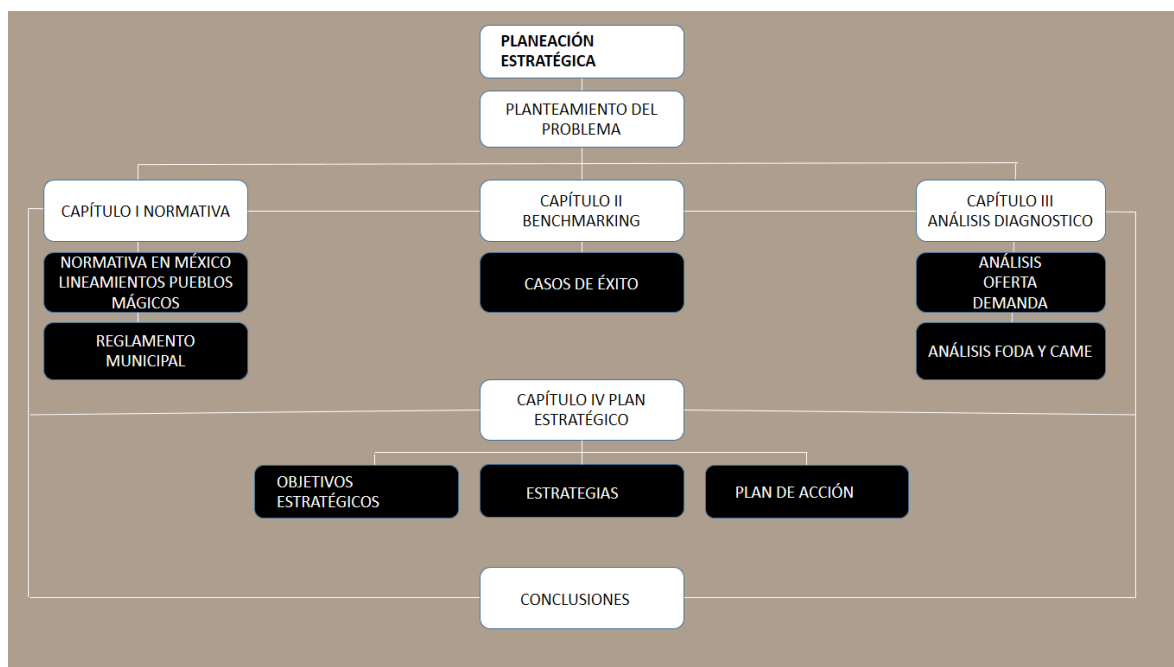


Figura 1 Cuadro metodológico. Marzo 2020.

CONCEPTOS

Plan estratégico; el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo (Moran;2017:25)

Objetivo estratégico; son, por definición, objetivos de mediano y largo plazo, orientados al logro de la misión de la organización. Son los resultados más relevantes y de mayor nivel que la institución espera lograr para cumplir con su misión. (Valencia;2016:30)

Estrategia; la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. (Sierra;2013:161)

CAPÍTULO I NORMATIVA PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA EN MEXICO

La Secretaria de Turismo a través del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística (CCNNT), sus Subcomités y Grupos de Trabajo, revisa, modifica, expide las Normas Oficiales Mexicanas Turísticas, dichas normas tienen el objetivo primordial de la profesionalización a través de estándares de calidad y seguridad que permite a los Prestadores de Servicios Turísticos ser más competitivos por lo que el cumplimiento de estas garantiza una mayor calidad en la prestación de servicios turísticos.

NOM-06-TUR-2009 Esta Norma Oficial Mexicana tiene como objetivo determinar los requisitos que deben cumplir los campamentos para brindar mayor información, higiene y seguridad a los turistas que hacen uso de este servicio turístico.

La norma es obligatoria en Territorio Nacional para las personas físicas y morales, que presten servicios relativos a campamentos.

NOM-07-TUR-2002. Es de carácter obligatorio para todos los prestadores de servicios turísticos que operen dentro del territorio nacional, a excepción de los campamentos y paradores de casas rodantes, establece los lineamientos mínimos que en materia del seguro de responsabilidad civil deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de hospedaje, para que respondan en forma oportuna y adecuada por las responsabilidades en que puedan incurrir derivadas de la prestación de sus servicios a turistas o usuarios.

NOM-010-TUR-2001. La Norma Oficial Mexicana tiene como objetivo establecer las características y condiciones mínimas que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas. Esta Norma Oficial Mexicana es obligatoria en territorio nacional para las personas físicas y morales que proporcionen, intermedien o contraten con el usuario-turista la prestación de los servicios turísticos.

En el artículo 72 de la ley general de turismo habla de, el incumplimiento a lo dispuesto en las Normas Oficiales Mexicanas será sancionado conforme a lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Para el caso de Huamantla se necesitan el diseño de políticas de turismo constituye un marco apropiado para incorporar normativas, que contribuyan a asegurar que los visitantes nacionales e internacionales cuenten con una garantía de calidad en toda la cadena de valor desde que se decide el viaje, y por lo tanto se perciba la imagen del destino, hasta el momento de retornar al lugar de origen. Para aquellas empresas que adoptarán las normas y perfeccionarán sus servicios optando a la certificación que les permitirá atraer clientes exigentes en la relación precio/calidad, serán más competitivos frente a otros proveedores de los mismos servicios, pero que no estén acogidos al sistema.

LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA INCORPORACIÓN Y PERMANENCIA AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

La Secretaría de Turismo, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para la Incorporación y Permanencia al Programa Pueblos Mágicos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de septiembre de 2014, y con fundamento en lo establecido en el artículo QUINTO del mismo Acuerdo.

LINEAMIENTOS PARA LA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

1. Integración formal de un Comité Pueblo Mágico.
2. Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos
3. Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse a la Localidad aspirante.
4. Recursos presupuestales asignados o por asignar destinados al desarrollo turístico en la Localidad aspirante
5. Programas y acciones de gobierno que tenga un impacto en el desarrollo turístico en la localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años.
6. Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico.
 - Plan de Desarrollo Urbano. Reglamento de Imagen Urbana.

- Reglamento Municipal de Ordenamiento del Comercio en vía pública.
- Programa Municipal de Seguridad.
- Plan Municipal de Protección Civil.
- Programa Municipal de Manejo de Residuos Sólidos.

7. Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante
8. Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia
9. Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante durante.

En este sentido cabe señalar que Huamantla cuenta con un importante activo que debe ser revalorado y esto es la denominación como Pueblo Mágico, lo que determina por sí mismo un mandato de ajuste a ciertos criterios de operación y gestión turística que buscan el desarrollo turístico integral inscrito en el marco del desarrollo regional aprovechando de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y la capacidad de Huamantla para transformar su oferta turística en producción, al crear servicios competitivos, socialmente responsables con el empleo y con el medio ambiente.

Esta intención significa ofrecer opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades involucradas, así como brindar un marco de operación responsable y segura para las empresas que participen.

Por lo que este marco normativo y asociativo que no existe o no está actualizado, debe permitir una oferta competitiva, que tenga como primera intención, consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como recuperar algunos atractivos para la ciudad como el Festival del Títere y obviamente otorgar el marco institucional adecuado para la promoción de las inversiones frescas en el destino apoyados con proyectos ejecutivos de alto nivel técnico y con ventanas de retorno de inversiones adecuadas.

En este sentido algunos de los requerimientos para conservar la denominación de Pueblo Mágico se centran en:

1. Revalorar los atributos histórico-culturales.
2. Mejorar los servicios de hospedaje, alimentación y bebidas de la localidad.
3. Estructurar y mejorar una oferta turística complementaria y diversificarla con nuevos atractivos que eventualmente puedan agregar competitividad al destino.
4. Aprovechar la singularidad de la localidad para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía y tradiciones entre otras.
5. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo y otros que signifiquen un alto grado de atractivo dentro del territorio.

PROCESO DE PERMANENCIA

DÉCIMO PRIMERO. Para que un Pueblo Mágico pueda mantener su Nombramiento, deberá someterse a una evaluación anual coordinada por la Dirección General de Gestión de Destinos, que incluya las siguientes fases: III. Revisión de requisitos de permanencia, y IV. Evaluación del desempeño del desarrollo turístico económico. La Dirección General de Gestión de Destinos podrá realizar evaluaciones extraordinarias, en los casos que así lo ameriten, para lo cual podrá apoyarse en instituciones académicas, organismos internacionales y, en su caso, expertos técnicos en materia turística.

DÉCIMO SEGUNDO. En la fase de revisión de requisitos de permanencia, el Pueblo Mágico evaluado deberá entregar los documentos que acrediten lo siguiente: I. Mantenimiento y funcionamiento de un Comité Pueblo Mágico con seguimiento de acuerdos; II. Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse al Pueblo Mágico; III. Cumplimiento de planes, programas y normativa; IV. Fortalecimiento e innovación del catálogo de productos turísticos (servicios certificados); V. Funcionamiento y adecuación de los servicios de salud y de seguridad; VI. Evaluación del impacto en

el desarrollo turístico; VII. Mantenimiento de las relaciones comerciales con al menos un intermediario de servicios turísticos; VIII. Contar con un Sistema de Información Estadística; IX. Integración de un informe detallado de actividades (anual), y X. Seguimiento a otros elementos que considere la Secretaría como relevantes para la operación del Programa Pueblos Mágicos. Si el Pueblo Mágico no cumple con alguno de los requisitos antes señalados, la Dirección General de Gestión de Destinos lo prevendrá vía correo electrónico por una sola ocasión, para que en el plazo de 90 días naturales lo subsane. En caso de no presentar la documentación faltante en el plazo establecido, se informará al GES para su valoración y recomendación.

DÉCIMO TERCERO. En la fase de evaluación de desempeño turístico, la Dirección General de Gestión de Destinos verificará los siguientes componentes: I. Oferta turística; II. Demanda turística; III. Caracterización de la población; IV. Acceso a servicios públicos; V. Profesionalización y Certificación; VI. Seguridad; VII. Mercadotecnia; VIII. Marco regulatorio, y IX. Resultados y satisfacción.

DÉCIMO CUARTO. La Dirección General de Gestión de Destinos integrará en un expediente electrónico, los resultados que se hayan obtenido en las fases que indica el Lineamiento Décimo Primero, a fin de turnarlo al GES, para su valoración y recomendación.

DÉCIMO QUINTO. Con base en los resultados obtenidos en el Lineamiento anterior, el GES emitirá la recomendación correspondiente a la Secretaría. De conformidad con el expediente electrónico y a las recomendaciones por parte del GES, la Secretaría dentro de un plazo de 15 días hábiles mantendrá o revocará el Nombramiento Pueblo Mágico. La decisión será emitida por escrito y notificada al presidente del Comité Pueblo Mágico y a las autoridades municipales y estatales de turismo correspondiente.

DÉCIMO SEXTO. A la localidad que se le revoque el Nombramiento Pueblo Mágico, no podrá participar en la próxima Convocatoria de incorporación. En caso de que a la localidad le sea revocado el Nombramiento Pueblo Mágico en dos ocasiones, no podrán participar en un proceso de incorporación en un periodo de 5 años, contados a partir de la fecha de la notificación de la segunda revocación.

Huamantla logra su nombramiento como Pueblo Mágico en el año 2010, generando con esto, un sinnúmero de interrelaciones sociales dirigidas a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de esta localidad, sin embargo, estos esfuerzos emprendidos se han visto afectados por una falta de coordinación, entre los beneficiarios de la política y las autoridades como son federales, estatales, municipales y locales involucradas, al tratar de conjuntar esfuerzos para fortalecer las capacidades productivas de la localidad de manera sustentable

No obstante, queda de manifiesto la utilización de lógicas de intervención que producen desencuentros y dificultades con los principios que orientan la acción comunitaria en donde la falta de coordinación entre los diferentes actores sociales genera incumplimiento a los lineamientos expuestos por el Programa de Pueblos Mágicos que esto a su vez genera una serie de problemáticas, entre las que se encuentran;

- No hay mejora en la Imagen Urbana.
- No hay un Ordenamiento claro del Comercio en vía pública.
- No cuenta con una política solida de Manejo de Residuos Sólidos.

Huamantla requiere de un tratamiento especial y de sostener el nombramiento de acuerdo con la evolución del entorno de desarrollo municipal y estatal, así como el de prever proyectos e iniciativas adicionales a las que se solicitan en las reglas de operación de Pueblo Mágico, tales como:

- a. renovar la reglamentación de los servicios y atractivos, generar un marco de actuación y participación social,
- b. reglamentar los principios de asociación entre prestadores de servicios,
- c. reglamentar atractivos sin políticas de manejo y generar esquemas de inversión que permitan desarrollar infraestructura y servicios complementarios, ENTRE OTROS.

NORMATIVA PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE HUAMANTLA, TLAXCALA

En el municipio de Huamantla también cuentan con un reglamento el cual ayuda a normar la realización de la actividad turística, el cual nos dice;

ARTÍCULO 8.- La Dirección, en Materia de Turismo, tendrá las siguientes obligaciones y facultades:

- I. Se encargará de la Promoción Turística del Municipio. Esta actividad la realizará dentro y fuera del país, buscando captar mercados nuevos, y reforzar los nichos de mercado existentes.
- II. Proponer al Presidente Municipal, las políticas públicas, aplicables al turismo.
- III. Elaborar el Plan Municipal de Turismo.
- IV. Coordinar con las autoridades estatales y federales del ramo, la realización de actividades con el objeto de fomentar y proteger el turismo en el Municipio.
- V. Realizar con las diferentes Autoridades Municipales, acciones de coordinación y vinculación Interinstitucional.
- VI. Mantener actualizada la base de datos, del patrimonio turístico municipal. Ejecutando acciones para su preservación.
- VII. Contar con una base de datos municipal, respecto de las tarifas que los prestadores de servicios ofrecen, para conocimiento del turista.
- VIII. Integrar, coordinar, promover, elaborar, difundir y distribuir la información, propaganda y publicidad, en materia de turismo, apoyándose con las diversas áreas de la Administración Pública Municipal, cuando así se requiera.
- IX. Integrar y actualizar el Registro Municipal de Turismo.

- X. Apoyar la integración de asociaciones, consejos, comités, patronatos, comisiones, y cualquier otro tipo de agrupaciones de naturaleza turística que tengan como objeto principal el fomento y promoción turística del municipio.
- XI. Estimular la inversión pública y privada, para el desarrollo turístico municipal, así como prestar especial atención a las áreas y programas de mayor prioridad, señalados así por los planes federales, estatales y municipales de turismo.
- XII. Promover, fomentar y coordinar la realización de programas de capacitación, adiestramiento, seguridad e higiene, para los prestadores de servicios turísticos.
- XIII. Promover espectáculos, congresos, convenciones, excursiones, actividades deportivas o culturales y otros eventos para que se celebren dentro del Municipio.
- XIV. Proponer la celebración de convenios en materia turística e intervenir en la formulación de aquéllos que se celebren con dependencias del mismo ramo, a nivel estatal, federal o con otros municipios, así como con entidades públicas y privadas.
- XV. Proponer a las autoridades correspondientes, los sistemas de financiamiento e inversiones para la creación de la infraestructura necesaria en las áreas de desarrollo turístico, para su adecuado aprovechamiento.
- XVI. Proponer ante las autoridades competentes, así como ante los líderes del ramo de transporte, el establecimiento de paradas autorizadas y una correcta señalización vial, misma que deberá de realizarse de manera concomitante con la creación del Reglamento de Imagen Urbana.
- XVII. Fomentar y desarrollar acciones para proporcionar en las mejores condiciones, la oferta turística existente, su estructuración y diversificación para lograr con ello un crecimiento equilibrado de las áreas de desarrollo turístico.
- XVIII. Evaluar por lo menos dos veces al año el Plan de Turismo Municipal y cuando así se requiera, realizar las modificaciones que se consideren pertinentes.

XIX. Informar a los prestadores de servicios sobre programas y apoyos para el mejoramiento continuo de su servicio turístico. (Huamantla, 2019)

En los destinos turísticos es indispensable contar con reglas claras de operación y de asociación, tanto entre particulares como en esquemas mixtos en los que participen instancias gubernamentales y que tengan como objetivo el desarrollo de los servicios turísticos y la integración de la sociedad a la actividad como una forma de fomentar el empleo y el desarrollo.

Un problema delicado es que existen leyes, reglamentos y normas, pero en la mayoría de las cosas no son aplicados como debería ser o no los aplican lo cual provoque que no exista el desarrollo adecuado del turismo en Huamantla.

REQUISITOS PARA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	Huamantla
Integración formal de un Comité Pueblo Mágico	✓
Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos	✓
Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse a la Localidad aspirante	✓
Recursos presupuestales asignados o por asignar destinados al desarrollo turístico en la Localidad aspirante	
Programas y acciones de gobierno que tenga un impacto en el desarrollo turístico en la localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años	
Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico	
Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante	✓
Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia	✓
Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante durante	✓

Figura 2 Cuadro requisitos para Pueblos Mágicos con los que cuenta Huamantla. Febrero 2020.

Una vez observando la normativa para el turismo, así como el reglamento turístico de Huamantla se realizó una tabla de los lineamientos que deben cumplir para ser Pueblo Mágico contra los que actualmente Huamantla practica, con lo que nos podemos dar cuenta que no se lleva a cabo de la manera adecuada lo escrito en dicho documento ya que en el planteamiento del problema se exponen algunos puntos de los cuales se mencionan en el reglamento como son “promoción turística, que es muy poca la que se realiza, fomentar las inversiones que también no existe, apoyar la integración de consejo, asociaciones que tampoco se lleva a cabo y se puede notar la desintegración que hay entre

sitios turísticos y dirección de turismo, todo esto nos dice que a pesar de la existencia de un reglamento no es respetado para la realización de dicha actividad.

El siguiente cuadro tiene como objetivo explicar y evaluar el marco normativo, con el fin de no caer en inciertos de carácter legal y normativo, así como, sustentar el porque es necesario que estas leyes, reglamentos y normas se efectúen de la manera correcta para lograr una estrategia de conservación y con ello un desarrollo adecuado del turismo en dicha comunidad.

ANÁLISIS NORMATIVO

ÁMBITO	ORDENAMIENTO JURIDICO	CONGRUENCIA	OBSERVACIONES	PESO PORCENTUAL
INTERNACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Agenda 2030 Carta del Turismo Sostenible Carta de Turismo Código del Turista 	Dentro de estos lineamientos se establecen las bases (económica, social, ambiental y de desarrollo) turismo y la conservación, cabe mencionar que en ellos se pretende que los distintos niveles jurídicos se apeguen, acaten y complementen lo establecido en estos para que se tenga un manejo sustentable	Para el caso de Huamantla dichos instrumentos no son tomados en cuenta, ya que no reciben la capacitación y los incentivos necesarios para su ejecución	30% documentado pero no implementado
NACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente Ley General del Turismo NOM-06-TUR-2009 NOM-07-TUR-2002 	los elementos jurídicos reconocen las oportunidades ambientales sociales y económicas que representa el turismo de naturaleza para México es por ello que en su esfuerzo por darle seguimiento a lo que se plantea a nivel internacional se crean diversas leyes, convenios y normas más específicas para cada zona	En Huamantla las prestadores deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades que particularmente se ejerzan en zonas vulnerables	45% Implementado y documentado
ESTATAL	REGLAMENTO DE LA LEY PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO DEL ESTADO DE TLAXCALA.	Este pretende estar orientados a impulsar la promoción del turismo mediante el incremento de la oferta de servicios,	Aunque existe la intención del desarrollo por medio del turismo aún falta tener un mayor visión por parte de autoridades para incentivar el llevar a cabo los reglamentos.	45% Implementado y documentado
MUNICIPAL	Reglamento de turismo Huamantla	Este ordenamiento establece la interrelación que debe existir entre el municipio, el estado y la federación; en donde se relacionen las actividades a favor del medio ambiente y del turismo	Aunque existe como tal el reglamento, muy pocos prestadores del servicio se apegan a el, ya que no existe una sanción por no aplicarlo.	30% Implementado pero no documentado

Figura 3 Análisis y evaluación normativo. Agosto 2020

Donde tenemos que el 30% cuenta con la documentación, pero no es llevado a cabo las acciones que se muestran a continuación o viceversa, el 45% corresponde a la documentación e implementación de 2 o más de las acciones que se muestran a continuación;

- Establece políticas, mecanismos y prácticas internas para mantener el apego a la legalidad a nivel estatal, nacional e internacional vigente.

- Establece políticas y prácticas en materia de gestión de recursos.
- Gestiona de manera eficiente energías eléctricas y térmicas al tiempo que fomenta el uso de fuentes renovables de energía en el establecimiento.
- Establece estrategias para el tratamiento de aguas y lodos residuales del establecimiento.
- Establece estrategias para el manejo de los residuos resultado de su proceso de trabajo.
- Establece y aplica política de adquisición y uso de material biodegradable o amigable con el medio ambiente en su proceso de trabajo.
- En su caso, cuenta con lineamientos para la realización de reuniones y eventos que consideren los requisitos y especificaciones de desempeño ambiental.

Finalmente, la legislación turística engloba las normas, leyes y principios de la actividad turística, es de suma importancia, así como crear conciencia del uso del turismo.

Los beneficios ofrecidos por el estado al aplicar las leyes, normativas y demás son para el aprovechamiento del turismo, el registro, certificación y control de los diferentes proyectos destinados a la actividad turística así impulsar al usuario a que las realizaciones de los diferentes tipos de trámites cumplan con lo establecido en las leyes e instituciones.

Las normativas se deberían tomar como una ventaja competitiva y no como una obligación ya que para aquellos que logran implementar pueden demostrar ante sus clientes que sus procesos operan de una manera que permite el logro del resultado que se busca desempeño ambiental, calidad, entre otros, y en el caso de las acreditaciones demuestran que son competentes en las tareas que realizan es este caso el turismo. Para Huamantla en este sentido le falta mucho, ya que al ser una ciudad pequeña no hay una aplicación de estas o no de la manera correcta, lo cual perjudica dicha actividad.

El turismo ha demostrado su capacidad para contribuir tanto a la sustentabilidad de los destinos como a la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras, cuando sus patrones de consumo se adecuan a las condiciones propias del entorno natural, social y cultural y satisfacen las expectativas del turista y o consumidor, lo cual lo hace importante para Huamantla el hecho de apegarse a la política turística para alcanzar su desarrollo sustentable.

Se debe asegurar que estos planes y acciones sean efectivamente coordinados e implementados, mediante una agenda de acatamiento pues será vital para lograr el potencial de desarrollo del turismo en Huamantla y el poder cumplir con los ambiciosos objetivos. Esto requiere un marco de gobernanza más fuerte, más eficiente y un enfoque integrado que sea bien coordinado entre los diferentes actores gubernamentales, los diferentes niveles de gobierno y con una participación más estrecha del sector privado.

CAPÍTULO II BENCH MARKING

El benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

No se trata de copiar lo que está haciendo tu competencia, si no de aprender que están haciendo los líderes para implementarlo en tu empresa añadiéndole mejoras. Si tomamos como referencia a aquellos que destacan en el área que queremos mejorar y estudiamos sus estrategias, métodos y técnicas para posteriormente mejorarlas y adaptarlas a nuestra empresa, conseguiremos alcanzar un nivel alto de competitividad. (Espinosa;2018)

Existen diferentes tipos de benchmarking: competitivo, interno y funcional para la investigación se utilizó el **competitivo** ya que busca medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales competidores para realizar una comparación con nuestra empresa, poder detectar y llevar a cabo mejoras que superen a las de nuestros competidores. En este caso analizar las estrategias, servicios y procesos que lleva a cabo así como las similitudes de Huamantla con los Pueblos Mágicos de Zacatlán de las Manzanas, Cuetzalan del Progreso y Álamos Sonora. que lo han posicionado como uno de los mejores en este ámbito.

ZACATLAN DE LAS MANZANAS PUEBLA

Se eligió Zacatlán de las manzanas ya que desde su nombramiento se ha mantenido en el gusto de los turistas además en el año 2014 se posicionó como el mejor pueblo mágico.

El 27 de abril de 2011, la cabecera del municipio, la ciudad de Zacatlán, es declarada por la Secretaría de Turismo de México como Pueblo Mágico siete años más tarde recibe el galardón como el mejor pueblo mágico. Su nombre deriva de los vocablos en náhuatl, zácatl (zacate), y tlan (sufijo de lugar) que significan “lugar donde abundan los zacates”.

Zacatlán es famoso por su antiguo Conjunto Conventual Franciscano y por su tradición relojera que data de inicios del siglo pasado, así como por los paisajes de ensueño cubiertos por la niebla además de ser uno de los mayores productores de manzanas, razón por la que se conoce como Zacatlán de las Manzanas. Cada año Zacatlán produce alrededor de 320 mil botellas de sidra rosada, gasificada, dulce, natural, de pera y durazno.



Ilustración 1 Reloj de Zacatlán de las Manzanas, Puebla. Recuperado de <https://www.visitmexico.com/es/destinos-principales/puebla/zacatlan-de-las-manzanas-marzo-2020>.

Zacatlán cuenta con distintos atractivos los cuales se clasifican por tipo del atractivo en los siguientes cuadros.



ATRATIVOS

RUTAS	NATURALES	ARQUITECTÓNICOS	CULTURALES
<ul style="list-style-type: none"> • RUTA MÁGICA DE LAS ARTESANÍAS • RUTA MÁGICA DEL BIENESTAR • RUTA MÁGICA DE LA GASTRONOMÍA SERRANA • RUTA MÁGICA DE LA NATURALEZA 	<ul style="list-style-type: none"> • PIEDRAS ENCIMADAS • BARRANCA DE LOS JILGUEROS • CASCADA DE SAN PEDRO • CASCADA DE TULIMÁN • QUETZALAPA 	<ul style="list-style-type: none"> • PALACIO MUNICIPAL • CASA DE RAMÓN MARQUÉS • HOTEL HERRERO • RELOJ FLORAL • KIOSKO • CAPILLA DE ALTICA • CASA DE LA CULTURA 	<ul style="list-style-type: none"> • MUSEO COMUNITARIO DE ZACATLÁN • MUSEO Y FÁBRICA DE RELOJES CENTENARIO • MUSEO DE RELOJERÍA OLVERA III GENERACIÓN

Figura 4 Atractivos de Zacatlán de las Manzanas. febrero 2020.



Figura 5 Atractivos de Zacatlán de las Manzanas parte II. febrero 2020.

El pueblo tiene una imagen urbana compuesta por casas blancas, con el guardapolvo rojo y techos de dos aguas, algunos de madera, otros de teja elaborada con barro de la región.



Ilustración 2 Explanada de la iglesia principal. Recuperado de <https://ntcd.mx/nota-turismo-la-ruta-de-mexico--el-pueblo-mágico-de-Zacatlán--puebla-----2017231026> marzo 2020.

DIAGRAMA DE ACTORES

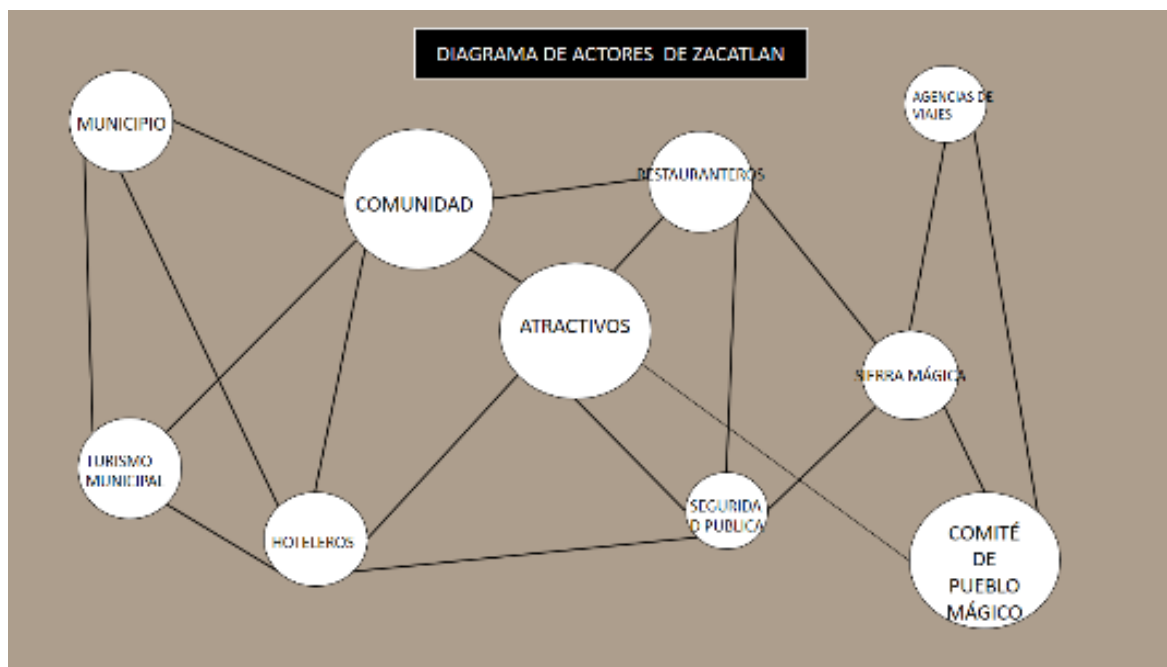


Figura 6 Diagrama de actores de Zacatlán de las Manzanas. abril 2020.

En Zacatlán existe un grupo de actores clave que cuenta con una posición social y con los recursos para ubicarse estratégicamente en la toma de decisiones. Son personas en su mayoría con un buen nivel de educación y cultura, económicamente solventes y con vínculos sociales importantes. Ellos han logrado que el pueblo mágico se posicione adecuadamente dentro del programa, con la finalidad de seguir obteniendo apoyos y reconocimientos que beneficien al sector turístico local.

La participación activa de autoridades municipales, hoteleros, restauranteros y operadores turísticos han llevado a la innovación turística, a la creación de nuevas opciones de entretenimiento, aprendizaje, disfrute y contemplación para el turista. Juntos establecieron políticas para la cultura vial, el manejo de basura y el ordenamiento del comercio ambulante.

Se realizó una tabla de comparación con los requisitos que piden para ser pueblo mágico y con cuales cumple Zacatlán de las manzanas con ayuda de la información que da sector en índice de competitividad.

REQUISITOS PARA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	Zacatlán de las Manzanas
Integración formal de un Comité Pueblo Mágico	✓
Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos	✓
Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse a la Localidad aspirante	✓
Recursos presupuestales asignados o por asignar destinados al desarrollo turístico en la Localidad aspirante	✓
Programas y acciones de gobierno que tenga un impacto en el desarrollo turístico en la localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años	✓
Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico	✓
Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante	✓
Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia	
Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante durante	✓

Figura 7 2Cuadro requisitos para Pueblos Mágicos con los que cuenta Zacatlán de las Manzanas. marzo 2020.

Se observa que Zacatlán cuenta con todos los requisitos a excepción de la descripción de los servicios de salud y seguridad pública esto según la información que es proporcionada por el índice de competitividad, el que cuenta con la mayoría de estos requisitos nos da un panorama de cómo es llevado a cabo el Programa de Pueblos Mágicos en esta ciudad y lo bien que lo manejan.

En la siguiente línea, se muestran algunas de las acciones que han sido realizadas en Zacatlán lo cual les ha dado el éxito como pueblo mágico.



Figura 8 Acciones de Zacatlán como Pueblo Mágico. febrero 2020.

Estrategias para el posicionamiento

- **Cultura Turística.** Capacitar a los taxistas para que presten un mejor servicio al turista.
- **Sensibilización a Estudiantes.** Por iniciativa del Comité Pueblo Mágico periódicamente se realizan en escuelas pláticas para que los estudiantes tengan conocimiento de porqué somos Pueblo Mágico, como conservar el título y cómo todos podemos ser anfitriones turísticos de nuestro municipio.
- **Cursos PROMODE.** Estos cursos tienen la finalidad de que los emprendedores (prestadores de servicios, guías turísticos, estudiantes y ciudadanos) formulen proyectos turísticos que propicien el desarrollo local de las comunidades, a través de la elaboración de un plan de negocios formulen la idea de negocio y a través de un catálogo de fondos con las convocatorias y reglas de operación de Secretarías Federales, Estatales y Organismos Internacionales que pueden financiar sus proyectos.

- Formación Básica Emprendedora. Cómo generar ideas creativas de proyectos la importancia de registrar una marca, cómo saber si mi idea es viable, como elegir mi negocio y generar estrategias para que la idea se exitosa
- Administración Básica Empresarial. El objetivo es brindar herramientas y conocimientos necesarios para modernizar y administrar mejor tu propio negocio.
 1. Capacitación turística y certificación son;
 2. Coordinación de servicios de limpieza
 3. Atención al huésped
 4. Patrimonio gastronómico
 5. Preparación de alimentos
 6. Primeros auxilios
 7. SuperHost
 8. Comunicación efectiva
 9. Desarrollo de producto turístico
 10. Preparación de bebidas
 11. Distintivo H
 12. Distintivo M

Protección civil. Se implementó el programa de capacitación al mercado municipal, cuyo objetivo fue desarrollar una cultura de protección civil, a través de diversas acciones encaminadas a la atención de una emergencia.



Ilustración 3 Mapa turístico de Zacatlán. Recuperado de https://www.tripadvisor.com.mx/ShowUserReviews-g2440580-d12712614-r685254758-Fabrica_El_Convento_1567-Zacatlan_Central_Mexico_and_Gulf_Coast.html marzo 2020.

Los resultados del programa están reflejados en el incremento de turistas, la diversificación de la oferta turística, y la generación de infraestructura especializada como son, hoteles, hostales, cabañas, haciendas, restaurantes, cafeterías, bares, discotecas y plazas comerciales. Además, forma parte del programa sierra mágica, cuya finalidad es generar una ruta más amplia para expandir los beneficios del pueblo mágico hacia localidades rurales que no cumplen con los requisitos necesarios para ser nombrados pueblos mágicos, pero de esta manera puedan entrar a la dinámica de promoción turística. Actualmente Zacatlán de las manzanas es considerado un caso de éxito dentro del modelo turístico del programa pueblos mágicos.

Para Huamantla, Zacatlán es un ejemplo a seguir ya que se puede implementar algunas de las estrategias que han seguido para obtener dicho éxito como son la planeación de sus atractivos, la gestión de sus recursos, el apoyo a pequeñas empresas, artesanos y a emprendedores que fortalecen la actividad turística.

CUETZALAN DEL PROGRESO

Se eligió a Cuetzalan por la similitud que tienen con Huamantla, pues antes de ser nombrado pueblo mágico ya contaban con una participación activa del turismo debido a sus grandes atributos. El nombre de Cuetzalan proviene de los vocablos en náhuatl *cuezali*, que significa “pájaro colorado” y la posición *tlan* o *ian* que significa lugar. En este sentido, Cuetzalan puede definirse como “el lugar donde abundan los pájaros colorados”.

Cuetzalan fue incorporado al sistema turístico de Pueblos Mágicos en el 2002, aunque antes de ser nombrado el pueblo ya recibía llegada de turistas o antropólogos que se interesaban por estudiarlo.

Cuetzalan un municipio con una gran riqueza cultural y natural como resultado de la calidez de su gente, generado por la grandiosa historia que lo respalda, esto le ha dado gran soporte para tener su propio estilo y sello distintivo, desde sus orígenes, su arquitectura vernácula, con un particular referente que se agregan con mucha facilidad, es así como interactúa la naturaleza, la historia y el hombre. Cuenta con diversos atractivos los cuales se clasifican por el tipo de atractivo en la siguiente tabla.



Figura 9 Atractivos de Cuetzalan. febrero 2020.

Cuetzalan cuenta con una vasta riqueza de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, históricos y de aventura que en conjunto le otorgan la categoría de Pueblo Mágico. Cuetzalan tiene la característica de un sin número de grutas con ríos subterráneos de gran extensión, dentro de las cuáles podemos destacar: Grutas Aventura, Atepolihui, Cohuatichan, Chichicazapan y Chivostoc, ríos como el Apulco y el Cuichat además de hermosas cascadas como, el Salto, las Brisas, Taxipehual, Corazón del Bosque, El Doble Salto, La Escondida y otras más y pozas como la de Atepatahua y las Hamacas.

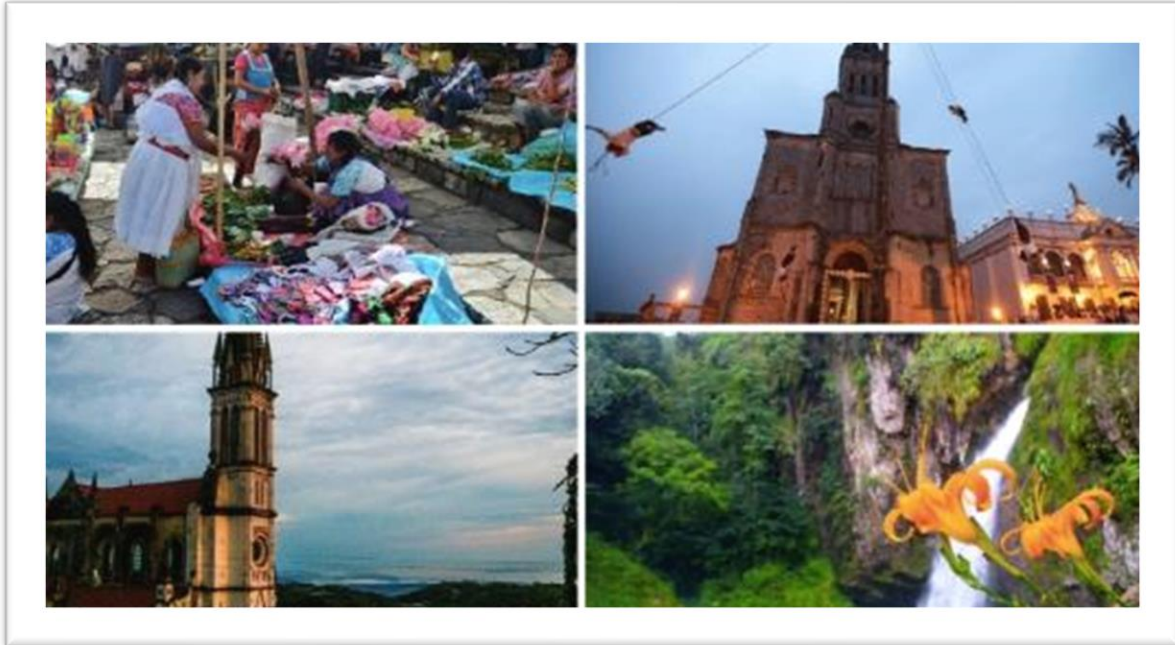


Figura 10 Vista de los atractivos de Cuetzalan. Recuperado de <https://mtpnoticias.com/breaking-news/si-lo-tuyo-es-ir-a-puebloar-te-recomiendo-una-ciudad-hermosa-cuetzalan/> abril 2020.

Cuenta con una imagen urbana de poblado típico de primer orden. El conjunto del tejido urbano con sus techos de dos aguas y con tejas, las paredes blancas y marrón, las calles empedradas, la traza y pendiente de las calles, las iglesias y la plaza, forma un atractivo visual muy valioso que se complementa con el fondo de la Sierra Norte de Puebla y las tierras bajas de la planicie costera del Golfo. Pese a estar siendo afectada por diversos factores, la imagen urbana de Cuetzalan continúa siendo el principal atractivo turístico de la localidad.



Ilustración 4 Fachada de la Iglesia de Cuetzalan. Recuperado de <https://programadestinosmexico.com/pueblos-magicos/cuetzalan.html/> abril 2020.

DIAGRAMA DE ACTORES



Figura 11 Diagrama de actores de Cuetzalan. marzo 2020.

Dentro de sus vocaciones tiene la oferta turística, por lo tanto, merece y propone un desarrollo de manera integral y ordenada, que brinde una mejor calidad de vida dando como resultado, seguridad y progreso que merece el lugar: con una infraestructura adecuada a las necesidades. La profesionalización de sus actores, su conexión y su nivel de comunicación hacen, más y mejores empleos, con la participación ciudadana en general para conservar esa identidad que lo ha caracterizado por años.

Se realizó una tabla de comparación con los requisitos que piden para ser pueblo mágico y con cuales cumple Cuetzalan del progreso, con ayuda de la información que da sector en índice de competitividad.

REQUISITOS PARA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	Cuetzalan del progreso
Integración formal de un Comité Pueblo Mágico	✓
Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos	✓
Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse a la Localidad aspirante	✓
Recursos presupuestales asignados o por asignar destinados al desarrollo turístico en la Localidad aspirante	✓
Programas y acciones de gobierno que tenga un impacto en el desarrollo turístico en la localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años	✓
Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico	✓
Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante	✓
Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia	
Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante durante	✓

Figura 12 Requisitos como pueblo mágico con los que cuenta Cuetzalan. marzo 2020.

Se observa que Cuetzalan cuenta con todos los requisitos a excepción de la descripción de los servicios de salud y seguridad pública esto según la información que es proporcionada por el índice de competitividad, el que cuente con la mayoría de estos requisitos nos da un panorama de cómo es llevado a cabo el Programa de Pueblos Mágicos para alcanzar el éxito y mantenerse en el gusto de los turistas aunado a que Cuetzalan se ha caracterizado como un lugar turístico mucho antes de ser nombrado pueblo mágico.

En la siguiente línea, se muestran algunas de las acciones que han sido realizadas en Cuetzalan lo cual les ha dado el éxito como pueblo mágico y mantenerse en la lista de los mejores.



Figura 13 Acciones de Cuetzalan como Pueblo mágico. marzo 2020.

Estrategias para el posicionamiento

La capacitación turística en Puebla se realiza por medio del sector privado y el académico: SECTUR, a través de la Jefatura de Capacitación de acuerdo al PICCT, la Dirección de Turismo del Municipio y por las cámaras y asociaciones de hoteleros y restauranteros en particular algunas cadenas. La cuarta forma en que se da capacitación es a través de las universidades privadas. La entidad se ubica en el 4o lugar nacional por instituciones de educación superior con al menos un programa académico ligado al turismo.

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Sello de Calidad Punto Limpio: un total de 13 establecimientos han obtenido la certificación en el sello de calidad Punto Limpio.

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el programa Distintivo H: un total de 54 establecimientos han obtenido la certificación de calidad en el Manejo Higiénico de los alimentos Distintivo “H”. (BUAP;2013)

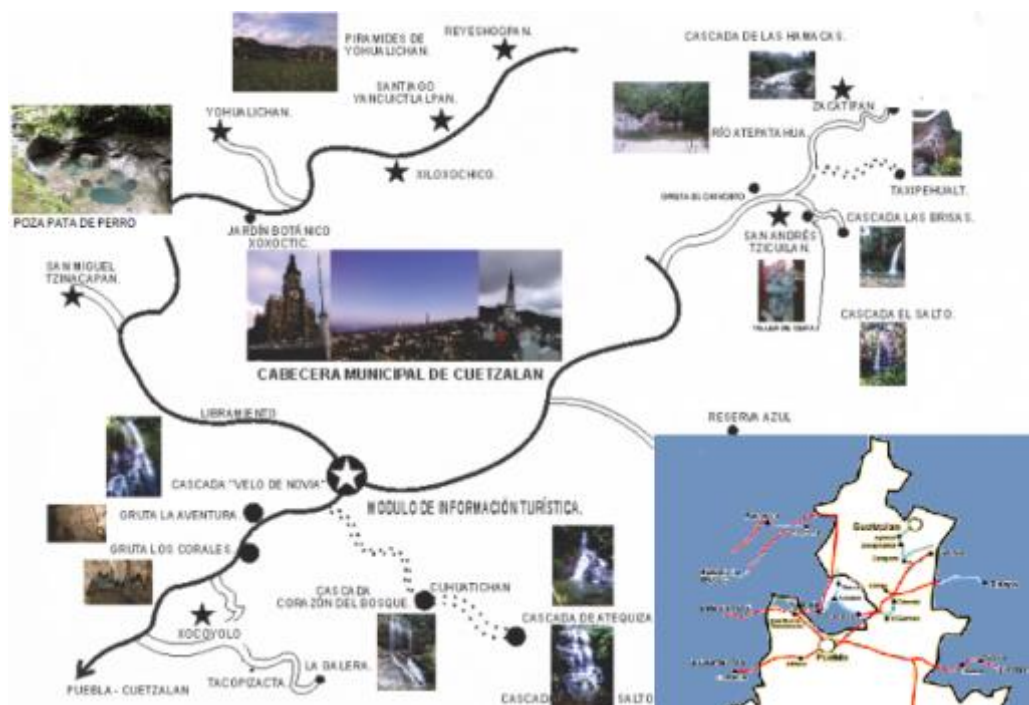


Ilustración 5 Mapa turístico de Cuetzalan. Recuperado de <https://maravillasdecuetzalan.wordpress.com/2016/11/13/maravillas-de-cuetzalan-2/> abril 2020.

Cuetzalan cumple con todos los requisitos solicitados por la Sectur. Cuenta con infraestructura hotelera, ofrece turismo de aventura, ecoturismo, historia, contacto con la cultura nahua mediante la gastronomía, las artesanías y festividades diversas como la feria del huipil, del café y la celebración de San Francisco de Asís, santo patrón de la cabecera municipal que se lleva a cabo a principios de octubre. Además, cuenta con una dinámica social e histórica particular que ha permitido mantener visitas constantes de turistas más allá de haber sido nombrado pueblo mágico.

ALAMOS SONORA

También conocida como la “Ciudad de los portales”, Álamos actualmente es el principal atractivo histórico de Sonora, ya que es un pueblo con arquitectura colonial pura, por lo que en el año de 2005 fue declarada con el título de "Pueblo Mágico" por la Secretaría de

Turismo de México. Desde el 2001 se encuentra en la lista tentativa para ser nombrada "Patrimonio Mundial de la Humanidad" por la Unesco, destacando "su arquitectura colonial vernácula del siglo XVIII y la integración armónica de los edificios del siglo XIX. La ciudad ha conservado en gran medida una apariencia uniforme además cuenta con un área de Protección de Flora y Fauna Silvestres y Acuáticas.



Ilustración 6 Plaza principal Álamos Sonora. Recuperado de <https://vervena.com.mx/pueblos-magicos-alamos-sonora.php> abril 2020.

Atractivos



Figura 14 Atractivos de Álamos. abril 2020.

La zona está formada por 59 manzanas, las cuales comprenden 188 edificios de valor histórico construidos entre los siglos XVII al XIX, en los que se combinan diversas manifestaciones propias de cada etapa histórica, de los cuales algunos fueron destinados al culto religioso, entre los que pueden señalarse el Templo de Nuestra Señora de la Purísima Concepción y la Capilla de Zapopan; entre las referidas edificaciones, otros inmuebles fueron destinados a fines educativos, como la Escuela Bartolomé M. Salido, y al uso de autoridades civiles y militares, como la Cárcel y el Palacio Municipal.

Los atractivos y recursos para el turismo cultural constituyen una parte importante de oferta turística de Álamos y su riqueza natural de la zona tiene el potencial para proveer de más productos turísticos.

DIAGRAMA DE ACTORES

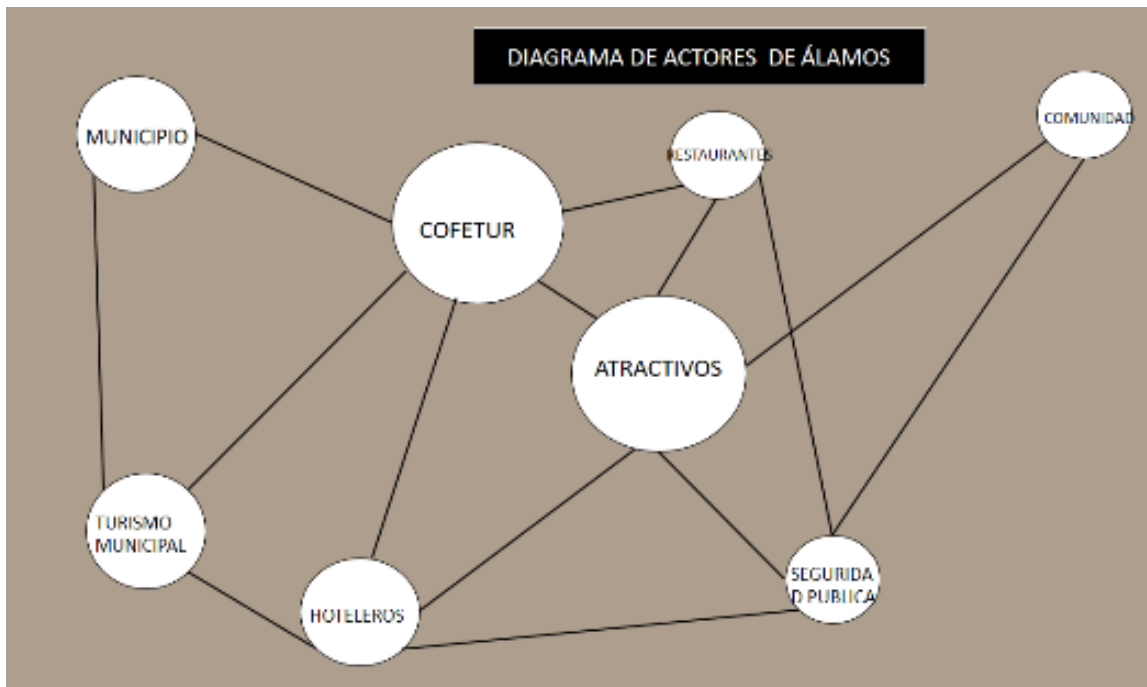


Figura 15 Diagrama de actores de Álamos. abril 2020.

En el diagrama podemos observar la débil participación de las dependencias gubernamentales, asociaciones empresariales y de ONG en el Municipio de Álamos generada por una reducida ejecución del Plan de Desarrollo Municipal, por un compromiso austero en la supra estructura turística, además de la escasa comunicación e integración en la cúpula turística y una corta visión en la perspectiva de desarrollo; también sus recursos y servicios se encuentran débilmente aprovechados.

Se realizó una línea del tiempo con las acciones realizadas por Álamos para obtener y mantener el nombramiento como pueblo mágico



Figura 16 Acciones como pueblo mágico de álamos. abril 2020.

En la línea del tiempo se observa que no tuvo una buena planificación desde el principio, pero, y que no hay mucha conexión entre actores, pero según la revista México desconocido como cada año realizan encuestas sobre los pueblos mágicos, 12 años después de su nombramiento Álamos Sonora se encuentra entre los 12 pueblos mágicos favoritos de México.

Se realizó una tabla de comparación con los requisitos que piden para ser pueblo mágico y con cuales cumple Álamos Sonora, con ayuda de la información que da sector en índice de competitividad.

REQUISITOS PARA INCORPORACIÓN AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS	ÁLAMOS SONORA
Integración formal de un Comité Pueblo Mágico	✓
Aprobación al programa Pueblos Mágicos	✓
Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado donde se establezcan los recursos presupuestos por asignarse a la localidad aspirante	✓
Programas y acciones de gobierno que tenga un impacto en el desarrollo turístico en la localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años.	✓
Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico.	✓
Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante	
Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia	✓
Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante durante	✓

Figura 17 Requisitos para pueblos mágicos con los que cumple Álamos. abril 2020.

Se observa que Álamos cuenta con todos los requisitos a excepción de la descripción de los servicios de salud y seguridad pública esto según la información que es proporcionada por el índice de competitividad, el que cuente con la mayoría de estos requisitos nos da un panorama de cómo es llevado a cabo el Programa de Pueblos Mágicos para alcanzar el éxito y mantenerse en el gusto de los turistas después de 12 años de su nombramiento.

Nombre del Pueblo Mágico	Metodología para conseguir nombramiento de Pueblo Mágico	Planeación del turismo	Obtención de recursos
Zacatlán	<ul style="list-style-type: none"> Formación de un comité Mejorar imagen urbana Concientización a los residentes acerca del programa Capacitaciones Inversión privada 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de un plan de turismo para el municipio Aplicación de Normativa Presupuesto para el turismo Mantener la imagen urbana Certificaciones 	SECTUR Inversión pública y privadas Pyme Secretaria de turismo Puebla CDI Fundación produce Puebla Agencia Mexicana de Cooperación Internacional Para el Desarrollo
Cuetzalan	<ul style="list-style-type: none"> Formación de una cooperativa Cultura del turismo en los residentes Capacitación constante Inversión pública y privada 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de un plan de turismo municipal Aumento y mantenimiento de la infraestructura Desarrollo de plan de negocios Certificaciones Reglamento de turismo 	SECTUR Inversión pública y privadas CONAFOR Proyectos Ecoturísticos Proyectos turísticos rurales Secretaria de turismo Puebla
Álamos	<ul style="list-style-type: none"> Inversión pública y privada Capacitación Aprovechamiento de los recurso 		SECTUR Inversión pública y privadas

Figura 18 Cuadro comparativo de Zacatlán, Cuetzalan y Álamos. abril 2020.

Analizando el cuadro comparativo se puede ver que estos pueblos mágicos invierten en diversos proyectos para mejorar la imagen, la infraestructura, así como todos los servicios turísticos los cuales hacen que se mantengan en el gusto del turista ya que les ofrecen más cosas, como innovación, comodidad y el cómo prestan el servicio. Todas estas ventajas competitivas, Huamantla las puede implementar o corregir si ya las tiene para poder alcanzar el éxito.

Conclusión

Finalmente, el benchmarking nos da con la información obtenida un cuadro comparativo con los métodos y/ o acciones que cada Pueblo Mágico ha realizado para poder alcanzar el éxito y que con esto Huamantla pueda aprender aplicar las estrategias necesarias para alcanzar el éxito.

Los pueblos mágicos de Zacatlán, Cuetzalan y Álamos realizan diversas actividades turísticas como son eventos, desfiles, festivales, ferias y diferentes tipos que hacen atractivos el sitio, además de contar con la infraestructura necesaria para prestar servicios de calidad, como también cuentan con cultura turística que los hace mucho más atractivos. El constante trabajo como son certificaciones sustentables, de calidad, capacitaciones en todos los

niveles, inversiones, mejoramiento de infraestructura e imagen como la cultura turística que se han realizado desde mucho antes que se convirtieran pueblos mágicos a la actualidad en conjunto del sector privado, público, comunidad y asociaciones sus resultados son el éxito manteniéndose en el gusto de los turistas y aumentando la llegada de turistas como el gasto turístico de los pueblos ya mencionados.

Algunas de las estrategias que Huamantla puede utilizar para mejorar la aplicación de la actividad turística podrían ser:

- Cultura turística
- Capacitación en todos los sectores, (Hoteles, Restaurantes, Artesanos, Guías, Sociedad).
- Valorización de sus recursos
- Certificaciones (sustentabilidad, calidad, entre otras).
- Implementación de la ley
- Estructurar un plan estratégico.

CAPÍTULO II ANÁLISIS-DIAGNOSTICO

El análisis es la fase que debe de orientarse hacia el establecimiento de un sistema interrelacionado para mostrar la realidad objetiva del lugar. Es una fase eminentemente técnica, en la que el rigor y la objetividad informativa deben de primar sobre otras cuestiones. En algunos aspectos, este análisis tendrá además un valor de recopilación histórica que no debe de convertirse, sin embargo, en un juicio del pasado sino en una mejor interpretación de la realidad actual y de sus causas. (Chias;2005:16)

Huamantla proviene de la palabra náhuatl cuahuatl que significa "Árbol"; así como de man de "Maní", que quieren decir junto, formado o alineado, y la posposición locativa tla que denota "Abundancia". Así Huamantla significa "Lugar de árboles formados o juntos" (Infaded;2017)

Huamantla es la ciudad principal y cabecera del municipio de Huamantla, perteneciente al estado de Tlaxcala. De acuerdo con el Consejo Nacional de Población (CONAPO), tiene una población estimada de 57 732 habitantes para 2017, Desde el 14 de agosto del 2007 es reconocida por la Secretaría de Turismo de México con el título de Pueblo Mágico.

La Heroica y Monumental Ciudad de Huamantla es cabecera del municipio que lleva el mismo nombre, el cual se ubica a 40 kilómetros aproximadamente de la capital del estado (Tlaxcala), a 170 kms. de la Ciudad de México, a 74 km. de Puebla y de 271 Km. del puerto de Veracruz.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. (DATATUR;2012)

ATRATIVOS CULTURALES

Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser

históricos o contemporáneas. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales.

El análisis se debe realizar con técnicas que aseguren objetividad y rigor en la evaluación. Para ello, se utilizó el inventario de recursos turísticos, que es una lista de los existentes en un núcleo, clasificados y evaluados en función de una metodología predeterminada. (Olmos Juárez & García Cebrián, 2016)

Las fases en las que se puede dividir la elaboración de un inventario de recursos turísticos son las siguientes:

1. Realización de una lista de recursos del núcleo turístico. Para la elaboración será un proceso de documentación a través de libros, conversaciones, entre otros.
2. Establecimiento de unos criterios para valorar los recursos turísticos que se van a evaluar, en este caso se utilizó los que expone el autor Josep Chías en el libro el negocio de la felicidad utiliza características básicas para evaluar que son las siguientes: Unicidad. Es el valor que tienen un recurso por el hecho de ser único en la ciudad, en la región, en el país. A mayor unicidad mayor será el ámbito geográfico de atracción de este. Carácter local, es el valor añadido que se le puede otorgar a un lugar por ser típico o características de esa localidad. promoción, el grado de conocimiento del producto, regional, nacional o internacional. Concentración es decir la concentración existente para realizar otras actividades. Innovación, es incluir nuevas ideas, productos, servicios y prácticas con la intención de ser más productivos, aprovechando al máximo los recursos disponibles: tiempo, materiales, espacios. Infraestructura, es decir que cumplan con los elementos necesarios para prestar un servicio de calidad, brindando comodidad seguridad satisfacción.

Huamantla cuenta con diversos atractivos culturales que van desde lo cultural a lo natural, se muestra la evaluación de dichos atractivos

ATRATIVOS CULTURALES

VALORACIÓN DEL ATRACTIVO DE 1 A 5






				
	M. CASA CARITO	M. DE LA CIUDAD	M. DE LA FE	M. DE LA RADIO
UNICIDAD	2	3	3	2
INNOVACIÓN	2	2	3	2
CARACTER LOCAL	4	3	4	2
PROMOCIÓN	1	3	3	2
CONCENTRACION	1	3	4	2
INFRAESTRUCTURA	1	3	3	1

Figura 19 Evaluación de los atractivos culturales de Huamantla. febrero 2020.

ATRATIVOS CULTURALES

VALORACIÓN DEL ATRACTIVO DE 1 A 5






					
		M. DEL TÍTERE	M. TAURINO	CASA CULTURA	TEATRO
UNICIDAD		4	3	2	2
INNOVACIÓN		3	2	1	1
CARACTER LOCAL		4	4	1	2
PROMOCIÓN		5	4	2	2
CONCENTRACIÓN		4	4	1	2
INFRAESTRUCTURA		4	4	2	2

Figura 20 Evaluación de los atractivos culturales parte II de Huamantla. febrero 2020.

Huamantla cuenta con ocho museos de los cuales el museo del títere ya es uno de los más representativos de la zona y mayormente conocido, que tiene una mejor infraestructura, así como promoción, analizando los cuadros, se puede ver que realmente no existe ese interés por parte de autoridades, comité y demás funcionarios por darle esa promoción, mantenimiento y apoyo necesario a los sitios, que resultan de gran interés para los turistas y que son una opción para crear un producto turístico de calidad generando un desarrollo local.



Ilustración 7 Collage de los atractivos culturales de Huamantla. abril 2020.

ATRACTIVOS ARQUITECTÓNICOS

Son aquellas manifestaciones culturales determinadas por la apreciación del carácter urbano, que se transmiten de generación en generación, requieren de prácticas de restauración y conservación para que puedan subsistir. su aprovechamiento requiere campañas publicitarias que promuevan el turismo hacia ellos. (turístico;2019)

ATRATIVOS ARQUITECTÓNICOS

VALORACIÓN DEL ATRACTIVO DE 1 A 5






 HUAMANTLA PUEBLO MÁGICO				
	I. LA CARIDAD	I. EL CONVENTO	I. LA PARROQUIA	PLAZA DE TOROS
UNICIDAD	3	3	3	4
INNOVACIÓN	3	2	2	3
CARACTER LOCAL	4	4	4	5
PROMOCIÓN	4	2	2	4
CONCENTRACIÓN	4	3	3	4
INFRAESTRUCTURA	4	4	4	4

Figura 21 Evaluación de los atractivos arquitectónicos de Huamantla. febrero 2020.

ATRATIVOS ARQUITECTÓNICOS

VALORACIÓN DEL ATRACTIVO DE 1 A 5






 HUAMANTLA PUEBLO MÁGICO	 H. SOLTEPEC	 H. SANTA BARBARA	 H. TECOAC	 H. CERÓN
UNICIDAD	3	3	3	3
INNOVACIÓN	5	3	2	3
CARACTER LOCAL	4	4	3	3
PROMOCIÓN	4	3	2	2
CONCENTRACIÓN	4	3	2	3
INFRAESTRUCTURA	4	3	3	3

Figura 22 Evaluación de los atractivos arquitectónicos parte II de Huamantla. febrero 2020.

El legado arquitectónico con el que cuenta Huamantla es magnífico, ya que tiene diversificación, pero han pasado 13 años de su nombramiento como pueblo mágico y no se ha hecho mucho por preservar y difundir este patrimonio, la mayoría se ha mantenido debido a la inversión privada, pero sin mucho éxito.



Figura 23 Collage de los atractivos arquitectónicos de Huamantla. abril 2020.

Huamantla debería estar dentro de unos de los mejores pueblos mágicos porque tiene distintos recursos que al manejarlos de la manera adecuada puede ser de máximo aprovechamiento, solo que le falta orientación y planeación para generar nuevas estrategias, englobando a toda la sociedad.



Ilustración 8 Mapa turístico de Huamantla. febrero 2020.

Del total de llegadas de turistas el 25% de estos, visita Huamantla por sus atractivos arquitectónicos, así como culturales, al ser un número un tanto significativo debería de tener esa atención por parte de las autoridades, turismo e inversión pública y privada para mejorar las instalaciones, promocionarlas de manera que con esto se busque el aprovechamiento de este tipo de turismo para el aumento de llegadas de turistas.

ATRATIVOS NATURALES

Son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas. No pueden ser creados por el hombre, pero si pueden ser modificados. De estos se desprenden 3: geomorfológicos, biogeográficos y Mixtos. (turístico;2019)

Parque Nacional La malinche

Fue declarado Parque Nacional el 6 de octubre de 1938, con un área protegida de 45,711 hectáreas. La Malinche permite actividades deportivas como el montañismo, el senderismo y, en las partes más bajas, el ciclismo de montaña y el jogging. Puesto que la ruta de ascenso más breve puede completarse en un día sin mayores complicaciones (3-5 horas de ascenso y 2-3 de descenso), es un excelente entrenamiento para quien quiera iniciarse en la alta montaña o aclimatarse para ascender los cinco mil mexicanos. Se trata de una ascensión no

técnica, y sólo requiere de equipamiento especial (crampones y piolet) cuando ha nevado recientemente.

Una vez analizando la información obtenida se percata que Huamantla cuenta con distintos atractivos turísticos tanto culturales como naturales, que pueden hacer de esta ciudad un lugar muy atractivo turísticamente, no solo para turistas nacionales, sino también internacionales pues cuenta con los recursos necesarios para ofrecer con servicios de calidad al turista, pero existe un problema que no hay una planeación de turismo, derivando falta información en lugares públicos de los sitios o atractivos, es de difícil acceso ya que no están claros como son horarios, costos, ubicación, etc., además del bajo presupuesto que tiene destinado turismo provoca que ciertos atractivos estén cerrados por falta de personal.

Existe una propuesta interesante por parte de artesanos que se encuentran vendiendo sus productos en el parque de la ciudad los domingos y algunos otros ciudadanos que cuentan con un atractivo, se trata de ofrecer una experiencia vivencial de como elaboran sus productos artesanos como, por ejemplo;

Ruta del pulque ubicado en el municipio de Alzayanca Tlaxcala el objetivo es crear una experiencia al turista con el proceso de elaboración del pulque, el recorrido consta desde el rapado del maguey hasta la fermentación de agua miel.

Ruta de los vinos Ubicado en el centro de Huamantla como toda una ruta vivencial consta de mostrar al turista el proceso que lleva los licores de las frutas que son cosechadas en la zona.

Ruta del amaranto ubicado en el pueblo de Ignacio Zaragoza perteneciente al municipio de Huamantla, trata de mostrar al turista el proceso de cómo es cosechado el amaranto hasta que se convierte en alimento, esta ruta incluye platillos elaborado con el amaranto.

Ruta Taurina, Consiste en tener una experiencia con los toros de lidia, los turistas pueden estar cerca de estos animalitos, además de que pueden optar por paseo a caballo o una comida.

Para el tipo de turismo de naturaleza, en Huamantla cuenta con el 21% de su total de llegadas, de manera que fondos, inversión privada o pública apoye a ideas como son estas rutas sería muy significativo para el aumento de turistas, ya que puede ser muy atractivo para los turistas que buscan estar en contacto con la naturaleza.

RUTAS NO REGISTRADAS				
VALORACIÓN DEL ATRACTIVO DE 1 A 5				
				
	R. DEL PULQUE	R. DE LOS VINOS	R. DEL AMARANTO	R. TAURINA
UNICIDAD	3	3	3	3
INNOVACIÓN	3	3	2	3
CARACTER LOCAL	4	3	3	4
PROMOCIÓN	2	2	2	2
CONCENTRACION	2	2	2	2
INFRAESTRUCTURA	2	2	2	2

Figura 24 Evaluación de las rutas no registradas de Huamantla. febrero 2020.

Solo es una iniciativa privada pues aún no están registrados ante las dependencias correspondientes y por lo que turismo municipal no los reconoce además de que esta falta de cumplir con los requerimientos para poder prestar un servicio se debe a la falta de apoyo y capacitación a estas iniciativas además de un desinterés de estas nuevas rutas que pueden ser parte de un producto turístico de calidad ya que por el momento la mayoría de estas “rutas” no cuentan con la adaptación de los establecimientos donde se encuentran estos atractivos, por falta de apoyo económico orientación en los procesos para darse de alta, si existiera esta apoyo se podría logra que los turistas no vean a Huamantla como lugar de paso sino como un destino turístico.



Atractivos Naturales		Tiempo de traslado en carro del centro
La Malinche		30 minutos
Haciendas		
Tecoac		20 minutos
La Compañía		15 minutos
Santa Barbara		20 minutos
Cerón		25 minutos
Soltepec		10 minutos
Rutas		
Del Pulque		30 minutos
Del amaranto		10 minutos
Del vino		5 minutos

Ilustración 9 Mapa de las rutas no registradas de Huamantla. febrero 2020.

Una vez analizando los recursos con los que cuenta Huamantla se percata que los atractivos no cuentan con la suficiente información lo cual genera que no tengan la difusión necesaria para que se den a conocer tanto a nivel local como nacional, además de que algunos de los sitios no están abiertos todos los días, ya sea como fines de semana o en temporadas vacacionales, algunos solo están abiertos el mes de agosto cuando es la fiesta del pueblo debido a que no cuentan con el personal necesario y o capacitado para poder llevarlo a cabo, también hay sitios que no tienen una página o no existen, es información que solo la tiene turismo municipal, quizá solo para inflar datos del número de atractivos con los que cuenta, pero de ser así es un gran problema ya que cuando el turista llegue al lugar y vea que no es realmente como se dice puede generar una mala imagen provocando que no lleguen los turistas o que no visiten de nuevo el sitio.

Como se vio en el capítulo Benchmarking Zacatlán de las manzanas ha sido un éxito con el programa ya que no solo cuenta con la imagen urbana que es requerida por los lineamientos, sino que tiene la participación e inversión privada como publica, que ha desarrollado un plan de turismo, en el cual incluyen una plan de marketing para dar a conocer sus atractivos y a la vez generar un desarrollo local en el pueblo, lo cual lo Huamantla no lo tiene a pesar de que lleva con el nombramiento de Pueblo Mágico 12 años.

TRADICIONES

Huamantla se caracteriza por tener diversas y muy bonitas tradiciones que la mayoría son del ámbito religioso la principal fiesta es la feria nacional y por la cual es reconocida el Pueblo Mágico, se lleva a cabo el mes de agosto una tradición muy reconocida es llamada la Noche que nadie duerme, entre otras actividades importantes durante esta festividad como la carrera de carcachas y la Huamantlada.

La noche que nadie duerme; es una tradición que consta de una peregrinación con la imagen de la virgen de la caridad el 14 de agosto por las principales calles de Huamantla, en 1941 se da la primera peregrinación, y para 1943 se llevó a cabo la procesión sobre tapetes de aserrín.

Al hablar de la noche que nadie duerme, se habla del valor de la unión comunitaria que existe pues todo comienza en la mañana, los Huamantlecos organizados por grupos se confeccionan 8.1 km de tapetes lineales hecho de aserrín y flor que tienen como finalidad expresar algo y por el cual la peregrinación que inicia a las 00:00 del 15 de agosto donde pasan con la imagen de la Virgen de la Caridad con la confección lo cual hace un evento magno y multicolor.

En esa única noche, la imagen se baja de su altar y sacada de la Basílica en un carro alegórico a recorrer la ciudad. Las calles son cerradas a la circulación y el recorrido transcurre entre rezos, plegarias y ovaciones de los peregrinos. La Virgen pasa por calles previamente tapizadas con tapetes de aserrín con motivos florales y religiosos, adornadas con luces y altares. Son los habitantes de cada barrio quienes se organizan para confeccionar los tapetes de aserrín y adornar las calles como ofrenda para honrar el paso de la Virgen. Cada año, los vecinos realizan el mismo ritual.

La noche anterior se preparan los materiales que han sido comprados a lo largo de las últimas semanas. Al día siguiente, en la mañana se barre la calle y se comienzan a colgar guirnaldas y otros arreglos. La elaboración del tapete inicia hacia al mediodía. Las mujeres adornan las calles mientras que los hombres, en su mayoría jóvenes, cargan y colocan patrones sobre el cemento mientras que otros vierten la arena y el aserrín de colores. Los

niños van y vienen con cubetas y otros materiales. El tapete se termina un poco antes del paso de la Virgen alrededor de las ocho de la noche. Los vecinos se colocan sobre las banquetas a esperarla. Su llegada se anuncia por cohetes y cantos. Todas las miradas se alzan para ver a la Virgen vestida con su manto. El oro del bordado destella con los flashes de los teléfonos de los peregrinos y vecinos. Pocas miradas se fijan en el piso, en los pasos que conforman la procesión y el trazo que ésta deja, destruyendo las simetrías y colores del tapete.

Es cuando ya ha pasado la Virgen que uno se da cuenta de la transformación. Si el tiempo promedio en el que los vecinos concluyen su obra es de ocho horas, ésta desaparece entre los pasos de los peregrinos en cuestión de segundos. No queda nada de estas verdaderas obras de arte efímeras y dignas de admirarse (Abasolo, 2008). La fe plasmada fugazmente en el tiempo y el espacio. Un arte pasajero, momentáneo, concebido para su consunción instantánea. Horas de trabajo para honrar por escasos minutos a la Virgen de la Caridad y al Barrio. En “La noche que nadie duerme”, la “infraestructura turística” es también efímera.

A lo largo de las calles tapizadas de hermosas figuras que pronto se desdibujarán, los vecinos abren sus portones, instalan anafres, ollas y comales, y venden quesadillas, pambazos, tamales, elotes y esquites. Algunos sacan sus mesas a las aceras y ofrecen refrescos, agua, cervezas y micheladas. Otros, ofrecen sus baños, jabón y papel por cinco pesos. También se rentan camas y regaderas. Al día siguiente, los letreros que anunciaban estas “amenidades” han desaparecido, no hay rastro de estos servicios temporales. Las calles parecen otras.

El espacio no sólo se transforma de manera efímera sino también radical, de tal suerte que resulta difícil identificar detrás de cuál portón uno fue al baño o en qué cuadra se paró a comer. El espacio turístico se articula de manera paralela al espacio de expresión del patrimonio intangible. Igualmente, se da una apropiación simultánea de este espacio tanto del habitante como del visitante y esta experiencia se da casi de manera instantánea a la creación misma de dicho espacio. La reapropiación efímera de un espacio igualmente efímero invierte incluso, aunque sea por una noche, las dinámicas económicas cotidianas.

Si durante todo el año, incluido el mes de agosto, los comerciantes informales se ven relegados del mercado turístico, en “La noche que nadie duerme”, ellos son los que más se benefician del consumo. (Díaz;2015:198).

No solo esa noche se puede notar la participación comunitaria y el entusiasmo que tienen para mostrar muy orgullosos sus tradiciones, durante las demás actividades de la feria se puede percibir esa unión tanto para la noche de burladeros como la Huamantlada.



Ilustración 10 Collage de la Noche que nadie duerme en Huamantla. mayo 2020.

La Huamantlada es un evento taurino que se inicia a las 11 del día el sábado siguiente de la noche que nadie duerme, donde sueltan entre 18- 20 toros de lidia en las principales calles de Huamantla formando un circuito para después terminar en la plaza de toros, actualmente solo dura una hora además de que ha habido modificaciones debido a los

incidentes que ocurrían en años anteriores. Su historia data del 15 de agosto de 1954, cuando varios aficionados huamantlecos de la fiesta brava, entre los que se encontraban Don Eduardo Bretón González, Don Manuel de Haro, Don Sabino Yano Sánchez, Don Miguel Corona Medina y Don Raúl González, algunos de los cuales habían presenciado los sanfermines, decidieron hacer un encierro en Huamantla igual a la Pamplonada que hacen en Pamplona (González;2016)



Ilustración 11 Collage de la tradicional Huamantlada. mayo 2020.

Corpus Christie Se realiza el siguiente jueves al domingo de pentecostés.

“Las trecenas”. Convergen motivaciones religiosas y filantrópicas que la población celebra desde hace 130 años, entre el 1 y 13 de junio. A lo largo de los años, se han ido incorporando expresiones civiles que comprenden comida, tardeadas y verbenas en las que participan autoridades, clero empresarios y la comunidad en general, así como diversos

representantes populares que recolectan fondos para hospitales y centros de atención a indigentes.

Fiestas Patronales de los Barrios, las fiestas de las 39 comunidades de Huamantla que se realizan en todo el año, desde la de San Sebastián en el mes de enero hasta la de Emiliano Zapata.

GASTRONOMÍA

Desde tiempos remotos, en tierras tlaxcaltecas los principales elementos gastronómicos en el arte culinario han sido el maíz y el maguey.

Con el maguey se prepara la barbacoa, los mixiotes, los chinicuiles que provienen de la raíz o gusanos de maguey extraídos de la penca de esta planta. Así también se produce el aguamiel, cuya fermentación produce el pulque y sus variantes mezclados con frutas; llamados curados; Barbacoa, Mixiotes, Chinicuiles, Gusanos de maguey, Agua miel, Pulque, Muérganos, entre otros.



Ilustración 12 Collage gastronomía de Huamantla. mayo 2020.

ARTESANÍAS

Las artesanías por las cuales Huamantla se ha dado a conocer son el diseño y la elaboración de alfombras de aserrín y flores, que son expuestas durante alguna fiesta patronal y la noche que nadie duerme uno de los más importantes eventos, además del trenzado de hilo macramé con el que diseñan maceteros, rebozos, carpetas, manteles, bolsas, monederos, morrales y capas.



Ilustración 13 Collage artesanías de Huamantla. mayo 2020.

HOSPEDAJE

Huamantla cuenta con 12 sitios de hospedaje en los que se incluyen, hoteles y haciendas que van desde los \$400 a los \$3500 por habitación, se elaboró una tabla en donde se encuentra un inventario de los sitios de hospedaje, ubicación, capacidad y servicios que ofrecen.

N°	Nombre	Clasificación	Ubicación	Capacidad	Servicios	Certific
1	Hostal Quinto Sol	★	Juárez sur 403, Col centro	7 habitaciones	Estacionamiento externo	
2	Calesa	★★	Juárez sur 305B, Col centro	12		
3	Hotel del Parque	★★	Parque Juárez 9, Col centro			
4	Renacimiento	★★	Zaragoza oriente 203, col centro		Estacionamiento, restaurante externo	
5	Candelas	★★★	Matamoros oriente 102 col, centro		Restaurante bar externo Estacionamiento Eventos	
6	Centenario	★★★	Juárez norte 209, Col centro		Restaurante bar Estacionamiento	
7	Cuamanco	★★★	Km 146 Carr Fed, Mex-Ver		Estacionamiento	
8	Hotel Boutique Malinali	★★★★	Reforma sur 105, col centro	33 habitaciones	Restaurante bar Estacionamiento Gimnasio Alberca	 
9	Azucena	★★★★	Zaragoza oriente 203, col centro			
10	Hacienda Soltepec	★★★★	Km3, Carr Huamantla-Pue. Col Ignacio Zaragoza			 
11	Hacienda tecoac	★	Col. Francisco Villa Tecoac			
11	Hacienda Malinche	★★	Parque Nacional La Malinche, Chapultepec Huamantla			
12	Posada La Aurora	★★★	Priv. San Francisco 4 Col centro	6 habitaciones	Spa Sauna	

Figura 25 Relación de hoteles que hay en Huamantla. noviembre 2019.

La oferta hotelera con la que cuenta Huamantla es suficiente para meses que no tienen mucha demanda, porque pueden cubrir las necesidades de todos los turistas, pero cuando son los meses de Julio agosto cuando es la feria o en diciembre no hay la oferta hotelera suficiente para toda la demanda, y los turistas tienen que buscar otras opciones de hospedaje y/o hospedarse en hoteles de ciudades vecinas, pero realmente no vale la pena invertir en más hoteles ya que estos se verían afectados en temporadas bajas, a menos que se diseñará productos turísticos o rutas, que sea capaces de atraer turistas sin importar la temporada y aumentar la estada.

Un problema que presentan los hoteles es la cuestión ambiental, como se vio en Zacatlán la mayoría de sus hoteles cuentan con el distintivo que reconoce las buenas prácticas sustentables, para el caso de Huamantla a la mayoría de los hoteleros no les interesa innovar en este sentido y cuidar al medio ambiente, lo cual puede representarse como una amenaza, puesto que cada día que pasa los turistas se interesan en el cuidado del medio ambiente y buscan hospedarse en hoteles que no tengan gran impacto en la huella ecológica.

El Pueblo Mágico de Huamantla requiere un extraordinario esfuerzo para la promoción de inversiones que le permitan mejorar sensiblemente su infraestructura y diversificar su oferta de hospedaje dando al mismo tiempo seguridad al inversionista y opciones más amplias al turista.

RESTAURANTES, BARES Y CAFETERÍAS

Restaurantes	Servicios	Ubicación
Los balcones	Restaurante bar Comida típica (desayunos, almuerzo y cenas)	Calle Juárez Norte 103Centro.
Espadas buffet	Tipo buffet	Calle Juárez Sur 404, Centro.
Mi tierra	Restaurante bar Almuerzo-cena	Calle Reforma Sur 207, Centro
Marisquería José Luis	Restaurante bar Desayunos, almuerzos y cenas	Matamoros Ote 102, Centro.
Xuni	Restaurante bar terraza Desayunos, almuerzos y cenas	Calle Reforma Sur 105 Centro.
París	Restaurante café Desayunos, almuerzos y cenas	Calle Juárez Sur 216, Centro.
La pescadita	Restaurante bar de pescados y mariscos estilo Sinaloa	Zaragoza Pte 108, Centro.
Italia Rustica	Restaurante Italiano	Hidalgo Pte 207-A, Centro.
Gusto Uruguayo	Restaurante bar Almuerzos y cenas	Parque Juárez 10, Centro
Restaurante Variedades	Restaurante bar Desayunos, almuerzos y cenas	Calle Juarez Norte 106 Centro
Cafeterías		
Cafe la Gloria	Restaurante y café	Hidalgo Pte # 202, Centro
Cafe Bunte	Café y postres	Guerrero Norte 122 centro.
Aquellos tiempos	Café & bar	Zaragoza Ote 203, Centro
Palua	Café y artesanías	Galeana Pte 102, Centro
Bares		
La velería	Música & lounge	Calle Juárez Sur 328, Centro
Mantra	Música, baile fin de semana	Calle Allende Nte 312

Figura 26 Relación de establecimientos de alimentos y bebidas en Huamantla. enero 2020.

SALUD

En Huamantla existen diversas actividades como parte de su feria patronal, que son de alto riesgo, entre ellas son la carrera de carcachas, la tradicional Huamantlada. Para ello se necesita contar con los suficientes establecimientos médicos para cubrir la demanda. Existen los siguientes establecimientos para hacer frente a la demanda de los servicios de salud en el sector público son el IMSS, ISSTE, Modulo Médico del Gobierno, OPD de Salud de Tlaxcala, el OPD, SEDIF y Centro de Rehabilitación Integral cruz roja y además de hospitales de carácter privado como son, Sanatorio Guadalupe, Centro Médico Espinoza, Hospital de Jesús y la Unidad Médica Dr. Marcial Desfassiaux.

SEGURIDAD

Hasta el año del 2010 el municipio sólo cuenta con 2 agencias del ministerio público del fuero común en las que están adscritos 18 agentes del ministerio público del fuero común.

Existe 1 agencia del ministerio público del fuero federal que opera con 24 agentes del ministerio público federal, Huamantla cuenta con un total de 127 elementos con funciones de seguridad pública municipal 103 son hombres y 24 mujeres.

ACCESIBILIDAD

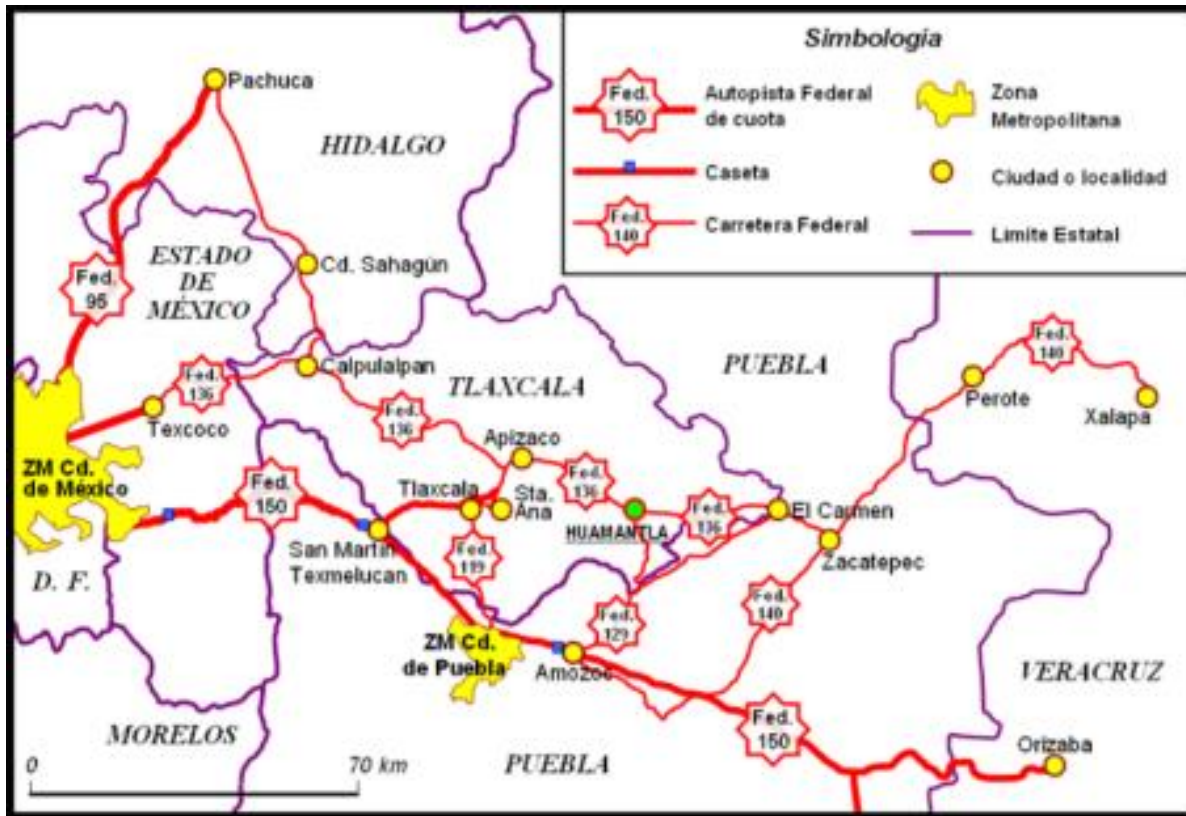


Figura 27 Accesibilidad a Huamantla Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/huamantla-tlaxcala/> marzo 2020.

PRINCIPALES CARRETERAS

- Huamantla – Apizaco
- Huamantla- Puebla
- Huamantla - la Venta
- Huamantla - Terrenate
- Cd de México – Huamantla- Veracruz

DIAGRAMA DE ACTORES

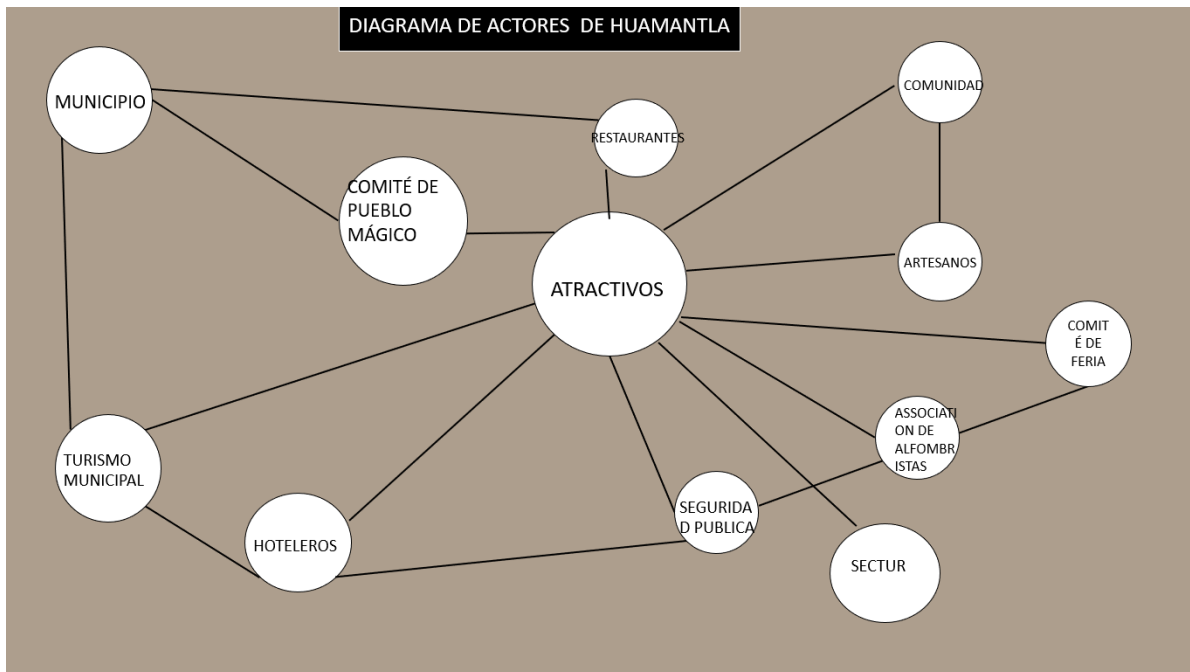


Figura 28 Diagrama de actores de Huamantla. marzo 2020.

Huamantla cuenta con diversos grupos de actores que en conjunto hacen el pueblo mágico pero debido a que tienen diferentes intereses que ha orillado a que no exista esa conexión entre ellos evitando el trabajo en equipo para poder salir adelante en esta actividad, el choque de intereses y diferencias entre grupos ha opacado dicha actividad, aunque Huamantla tenga los atractivos necesarios, si no existe uniformidad y colaborar en equipo no se podrá llegar más allá de lo que hemos visto a lo largo de doce años después de su nombramiento.

Por ejemplo, turismo municipal no muestra apoyo para los artesanos o emprendedores ya que ellos tienen que buscar asesoramiento por otras instituciones para poder continuar con sus ideas de emprendimiento para el turismo, otro caso es las desventajas sociales que presenta el turismo para Huamantla, ya que no todos los habitantes pueden obtener beneficios de dicha actividad, debido a la falta de comunicación y colaboración que existe de parte de turismo y ayuntamiento para la sociedad. (Rojas;2019).

Así como hay estos casos hay muchos más que no permiten ofrecer un turismo de calidad, y aunque siguen llegando los turistas, hay ocasiones que no regresan debido a la falta de

infraestructura, el mal servicio la poca oferta de atractivos (pese a que cuentan con diferentes atractivos).

SITUACIÓN DEL MERCADO ACTUAL

GASTO PROMEDIO POR TURISTA.

El gasto promedio diario en pesos mexicanos es de \$ 670.00 de los turistas Nacionales y de \$ 860.00 de los turistas extranjeros.

ESTANCIA PROMEDIO POR TURISTA.

Para el 2010, 1.33 días; 2011, 1.32 días; 2012, 1.30 días y para el 2013, 1.21. La tendencia se ha mantenido constante pero ligeramente a la baja mientras el número de visitantes va en aumento, lo cual se explica por uno o más factores, el visitante no permanece en la ciudad debido a que su visita es por algunas horas como parte de alguna ruta de destinos aledaños. O bien, por otro lado, la oferta turística de hospedaje y atractivos no es lo suficientemente sólida para retener al turista.

Con respecto a la permanencia de los visitantes nacionales en Huamantla el 60% es turista que pernocta, mientras que el 40% es excursionista los cuales sólo están de paso por un día o unas horas. De los turistas que pernoctan en la entidad, el 58% permanece una noche, el 23% dos noches, el 12% permanece entre tres y siete noches y el 7% restante más de una semana.

PERFIL DEL TURISTA

Los turistas que visitan Huamantla tienen las siguientes características: mayoritariamente visitantes nacionales (98.83%) y en mucho menor porcentaje, visitantes extranjeros (1.17%).

La mayor parte de los turistas provienen de las entidades federativas cercanas a Huamantla, principalmente del mismo Estado de Tlaxcala 38%, de Puebla 19%, de CDMX el 17% de los visitantes y Estado de México 9%. Esto lo convierte en primer lugar en un destino estatal, así como en un destino de carácter regional. (SECTUR;2016)

Entre los turistas que acuden a Huamantla predominan el perfil del turismo familiar, ya que el 62% de los visitantes viajan acompañados de sus familias, un 22% viaja solo, en tanto que otro 8% viaja acompañado de amigos, y, mientras que un restante 8% viaja acompañado de otro tipo de personas como grupos de turistas, compañeros de trabajo.

Por último, un indicador sumamente importante de las características de los turistas es la preferencia que tienen por los distintos atractivos existentes en Huamantla. El 35% se inclina por la Feria de Huamantla, el 24% por la arquitectura, el 21% por la naturaleza, particularmente La Malinche. Otros atractivos mencionados son la gastronomía 7% y la hospitalidad 6% entre otros. (SECTUR;2016)

MOTIVO DE VIAJE

Actualmente se identifican dos segmentos bien consolidados entre los turistas que visitan Huamantla y dos segmentos más que tienen un amplio potencial de desarrollo. El segmento predominante, dada la vocación del destino es el de “turismo para todos o social” que representa el 51.0% de los visitantes totales que acuden a Huamantla.



En segundo lugar, está el segmento de turismo alternativo, particularmente ecoturistas que visitaron La Malinche con el 21.2% de la afluencia total. Cabe señalar que este segmento tiene un potencial importante de desarrollo. En tercer lugar, está el segmento de turismo de negocios, el cual significa el 15.8% de la afluencia total, seguido por último por el turismo cultural el cual significa, 12.0% de la afluencia a pesar de la oferta de museos y atractivos de esta índole que se localizan en la cabecera municipal y las haciendas.

El principal motivo de viaje de los turistas que visitan Huamantla es el descanso o placer que representa el motivo aludido por el 49% de los turistas. También destaca la visita a familiares y/o amigos, con el 25% de los turistas. En menor proporción, con el 15% asisten turistas que afirman estar en Huamantla por razones de negocios o trabajo, así como aquellos que visitan la ciudad por razones académicas o de estudio. También hay quienes visitan la ciudad de Huamantla por motivos religiosos o de otro tipo, que representan el 6%.

El 69% de los turistas que visitan Huamantla ingresan a través de automóvil particular, el 26% lo hacen a través de autobús y el restante 5% llegan en taxi u otro medio de transporte. En lo que respecta a los turistas provenientes de la misma región, es decir de Puebla, el 32.3% llegan a Huamantla por autobús y el 67.7% lo hacen a través de automóvil particular.

Lo anterior pone de manifiesto dos hechos, Huamantla debe aprovechar mejor su denominación de Pueblo Mágico y consolidar el turismo que busca cultura y tradición, así como el hecho de diseñar rutas integradas que ofrezcan al turista alternativo opciones de pernocta sea en hoteles o al aire libre ofreciendo zonas seguras para campamentos y ello hacerlo evidente y promocionarlo.

LLEGADAS DE TURISTAS

Evolución del flujo de visitantes al Pueblo Mágico por tipo (turistas y excursionistas) desde 2015 a 2019

	2015	2016	2017	2018	2019
TURISTAS	82,587	100,188	80,897	71,462	93,497
EXCURSIONISTAS					
Fuente	Secretaría de Turismo del Estado, Municipio de Huamantla				
Nota					

Figura 29 Flujo de visitantes en Huamantla 2015-2019. Recuperado de turismo Tlaxcala marzo 2020.

La tabla anterior nos muestra el flujo de turistas del año 2015 al 2019, como se observa, el mejor año fue el 2016, donde Huamantla recibió 100,188 turistas, para el 2019 se muestra mejor que los años 2017 y 2018 pero sin ser mejor que el 2016, lo cual indica que hace falta una planeación turística para aumentar el flujo de turistas y su estancia.

FODA

A partir del análisis se desprende la matriz FODA que pretende confirmar la problemática que enfrenta el destino para fomentar el desarrollo turístico.

FORTALEZAS

- Cuenta con mucho potencial en relación a los distintos tipos de atractivos como son culturales, naturales arquitectónicos, historia.
- Situación geográfica optima, es decir, se encuentra en el centro de grandes ciudades lo que lo hace muy accesible.
- Es un destino con importantes fiestas y tradiciones reconocidas a nivel nacional.
- Aprovechamiento de las nuevas tendencias en turismo como es el ecoturismo en la zona de la Malinche.
- Cuenta con arte efímero que son la elaboración de los tapetes y alfombras de aserrín lo cual lo hace mayormente atractivo.
- Es un destino cercano a empresas transnacionales lo cual lo hace candidato como cede para turismo de negocios.
- Es un destino que cuenta con una gastronomía interesante y variada.

OPORTUNIDADES

- Existe un cambio en las tendencias por buscar un turismo diferente al de sol y playa y que Huamantla lo tiene todo para aprovechar estas tendencias.
- El nombramiento como Pueblo Mágico.
- La cercanía a ciudades grandes e importantes con la que cuenta Huamantla le da una ventaja de otros pueblos mágicos.
- Es un destino que gracias a su riqueza se pueden llevar a cabo diferentes tipos de turismo.
- Existe una mayor concienciación del turista con la sostenibilidad, un tema poco aprovechado en Huamantla.
- En la actualidad hay nuevas formas del turismo como es experiencial y emocional y que Huamantla cumple con las características para captar ese mercado.
- Nuevos hábitos de compra y organización del viaje.

- Conexión con el turista por redes sociales y nuevas tecnologías, aprovechamiento de las redes sociales como promoción al destino.
- Nuevas herramientas de marketing relacional.
- Nuevos intermediarios: prescriptores, redes sociales, líderes de opinión, etc.
- Alto uso Internet en la demanda turística.
- Nuevos medios de pago.

DEBILIDADES

- No existe una política del manejo de desechos lo cual genera problemas de contaminación y amenaza el turismo.
- No existe una actualización en temas de sustentabilidad y certificación de las empresas de turismo.
- Falta de una cultura turística, o educación necesaria para prestar el servicio, el perfil del residente es poco prescriptor.
- No hay comunicación efectiva lo cual genera una desarticulación entre los actores principales como son, municipio, prestadores de servicios y artesanos.
- Es un destino con muchas tradiciones las cuales no cuentan con la reglamentación adecuada para las festividades.
- No hay promoción de todos los atractivos.
- Poco recurso económico, personal como capacitación para prestar el servicio en los atractivos.
- Baja estancia media del turista.
- Poca calidad turística, no hay un sitio para opiniones de los turistas sobre su experiencia en el destino

AMENAZAS

- Sobre explotación de los recursos por parte de la industria.
- Al tener varias empresas los delitos ambientales aumentan y no hay regulación.

- Pueblos Mágicos cercanos con mejor oferta turística.
- Destinos con mayor percepción de identidad.
- Cambios de gobierno y su interés por el turismo.

A continuación del FODA, se desarrollará el CAME que servirá de base para la antes mencionada planificación estratégica del Plan Estratégico Turístico de Huamantla. Con el mismo se pretenden corregir las debilidades internas que se han detectado, afrontar las amenazas externas de la mejor manera posible, mantener las fortalezas internas existentes y explotar las oportunidades externas que brinda el mercado.

MATRIZ CAME

El nombre del Análisis CAME viene de las iniciales “Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar” (en inglés Correct, Adapt, Maintain, Explore). Este análisis puede ser interpretado como una ampliación del Análisis DAFO (ver aquí detalles sobre el DAFO). De esta forma, el Análisis DAFO sirve para hacer un diagnóstico inicial de situación, y en Análisis CAME sirve para definir las acciones a tomar a partir de los resultados del DAFO. (Bernal;2016)

MATRIZ CAME

Analisis interno

Mantener fortalezas

- **Diversos atractivos turísticos** (Mantener, cuidar y promover)
- **Fiestas importantes y tradiciones** (Preservar)
- **Arte efímero elaboracion de alfombras** (Mantener y fomentar la elaboración)
- **Ubicación** (Potenciar la conectividad)
- **Gastronomía** (Apostar por el factor complementario)

Figura 30 Matriz CAME "mantener fortalezas" marzo 2020

MATRIZ CAME

Analisis externo

Explotar oportunidades

- **Cambio de tendencia de viaje** (desarrollar estrategias que atiendan la necesidad de nuevas tendencias)
- **Nombramiento Pueblo Mágico** (Aprovechar para beneficio de publicidad, apoyo).
- **Mayor concienciación del turista con la sostenibilidad** (Potencializar el turismo sostenible en la región).
- **Conexión con el turista por redes sociales y nuevas tecnologías** (potenciar las redes sociales y nuevas tecnologías para la fidelización del cliente).
- **Nuevas herramientas de marketing relacional** (desarrollar estrategias de marketing).
- **Nuevos intermediarios** (establecer estrategias de marketing dirigidas a estos nuevos intermediarios).
- **Alto uso Internet** (potenciar el desarrollo de las nuevas tecnologías).

Figura 31 Matriz CAME "explotar oportunidades" marzo 2020

MATRIZ CAME

Analisis interno

Corregir debilidades

- **Falta de una política del manejo de desechos** (Crear, respetar y sancionar).
- **Falta de actualización** (Realizar acciones para fomentar el tema de la sostenibilidad y certificaciones)
- **Falta cultura turística** (Elaborar campañas de concientización).
- **Desarticulación** (Potenciar la articulación entre actores).
- **Falta de reglamentación para las festividades** (Regular las actividades).
- **Falta de promoción (Actualizar la imagen del destino).**
- **Falta de mantenimiento, personal y capacitación** (Fomentar el empleo local y la valorización de los atractivos).
- **Disminución del turismo** (Potenciar nuevos nichos).

Figura 32 Matriz CAME "corregir debilidades" marzo 2020

MATRIZ CAME

Analisis externo

Afrontar
amenazas

- **Sobre explotación de los recursos por parte de la industria** (regulación y concientización de la industria).
- **Delitos ambientales** (desarrollar estrategias de cambio para evitar los delitos).
- **Pueblos Mágicos cercanos con mejor oferta turística** (incentivar al turista con nuevas tendencias).
- **Perdida de la identidad** (Afrontar con campañas de concientización de lo que se tiene).
- **Cambios de gobierno y su interés por el turismo** (afrontar la inestabilidad con políticas turísticas estables de calidad).

Figura 33 Matriz CAME "afrontar amenazas" marzo 2020

Como conclusión de este capítulo, es indispensable pensar en el diseño de plan estratégico que sume no solo voluntades sino recursos e información para impulsar la promoción de inversiones que le permitan mejorar sensiblemente su infraestructura y diversificar su oferta de hospedaje, productos turísticos y rutas dando al mismo tiempo seguridad al inversionista y opciones más amplias al turista además de agregar certidumbre integral a las inversiones y actividades turísticas con el fin de comenzar la formación de talento humano especializado en la oferta turística del municipio de Huamantla y que permita la explotación responsable de los recursos y atractivos con que cuenta el destino, esta formación de talento humano a través de escuelas y tecnológicos y que se especialicen en

la historia, cultura y tradiciones de Huamantla. Desde el punto de vista de turismo plan estratégico es importante porque se sustenta en la visión que busca el país en consolidar turismo como una herramienta eficaz para desarrollo y rentabilidad social que genera oportunidades empleo y mejorando la calidad de vida de la población.

La sustentabilidad turística no termina en la ecología, se refiere a un principio de visión integral del manejo del sector que incluya, la formación, la cultura, la reglamentación, la salud financiera de los proyectos, los programas de atención al turista, la democratización de la actividad es por eso que requiere un extraordinario esfuerzo por parte del gobierno federal, municipal, inversionistas, artesanos para crear bases de sustentabilidad para el turismo y a su vez un desarrollo local en el cual se pueda crecer de manera conjunta.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

CAPÍTULO VI DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

La importancia de elaborar un plan maestro en este destino turístico se debe a la necesidad de mejorar las técnicas de planificación de la actividad turística, la escasa experiencia en el análisis de mercado y/ nuevos nichos, técnica de construcción de hoteles y otro tipo de alojamiento turístico con la capacidad suficiente sin pérdidas en temporada baja, financiamiento adecuado para el turismo, infraestructura turística indispensable, promoción de técnicas y medios para reducir los efectos adversos del carácter estacional del turismo.

Plan Estratégico debe ser un proceso participativo, debe consistir en un documento elaborado por los diferentes agentes socioeconómicos del territorio. En cualquier caso, la iniciativa y la configuración del equipo de planificación en cada entorno será diferente, pero se basará en gran medida en cómo se está abordando la gestión turística del ámbito territorial que nos encontremos (municipal, estatal, nacional). Es decir, la importancia otorgada al sector turístico se refleja entre otras cosas a través de cómo se organiza internamente la gestión turística municipal, las relaciones con otros municipios adyacentes y con la administración estatal, la actitud de la población local, y fundamentalmente, la intervención del sector privado en la gestión turística, el nivel de asociacionismo y el grado de cooperación público privada.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diseñar acciones estratégicas para el desarrollo sostenible de la actividad turística en Pueblo Mágico de Huamantla, Tlaxcala.

ESTRATEGIAS

Las estrategias que se abordaran sobre las siguientes temáticas:

1. Turismo sostenible
2. Cultura turística

3. Marketing
4. Revalorizar los atractivos
5. Regulación de las actividades del turismo, sitios, atractivos turísticos
6. Corrección de la imagen urbana
7. Calidad turística

PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE

Implementar el turismo sostenible como una alternativa a ofrecer a los turistas priorizando el cuidado de los recursos del destino.

Alcance

A partir de la matriz CAME en el apartado análisis interno en corregir debilidades da pauta el programa de turismo sostenible, ya que pretende reunir las estrategias necesarias que orienten a crear nuevas condiciones del turismo responsable en Huamantla incluyendo a todos los actores de dicha actividad.

Acciones

Acción 1; Análisis de las necesidades de la región en el ámbito, social, cultural, ambiental y económico.

Acción 2; Programa de capacitación a residentes, empresarios y sus colaboradores; para promover el desarrollo de ideas en el turismo local.

Acción 3; Fomento a las buenas prácticas sustentables en empresas turísticas; uso óptimo de los recursos existentes.

Acción 4; Aumentar las certificaciones sustentables, así como los distintivos en los prestadores de servicios turísticos.

Cronograma de actividades

DURACIÓN 10 meses

PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE



Figura 34 Cronograma del programa turismo sostenible, agosto 2020

PROGRAMA DE CULTURA TURÍSTICA

Fomentar el crecimiento de la actividad turística mediante la valorización y el conocimiento de sus atractivos.

Alcance

Este programa de cultura turística que la matriz CAME lo sugiere en el apartado de análisis externo en afrontar amenazas, tienen la finalidad de articular todas aquellas acciones que buscan potenciar el turismo a través de sus residentes dando las herramientas necesarias para ofrecer eficacia en sus servicios.

Acciones

Acción 1; Capacitación a los actores clave como promotores de la cultura turística

Acción 2; Crear un sistema de información turística para la sociedad.

Acción 2; Cursos básicos de turismo en escuelas de nivel básico.

Acción 3; Campañas de concientización de los atractivos existentes para dar a conocer los atractivos con los que cuentan.

Acción 4 Proyectos de diseño participativo, con el fin del bien común.

Cronograma de actividades

DURACIÓN

13
meses

PROGRAMA DE CULTURA TURÍSTICA

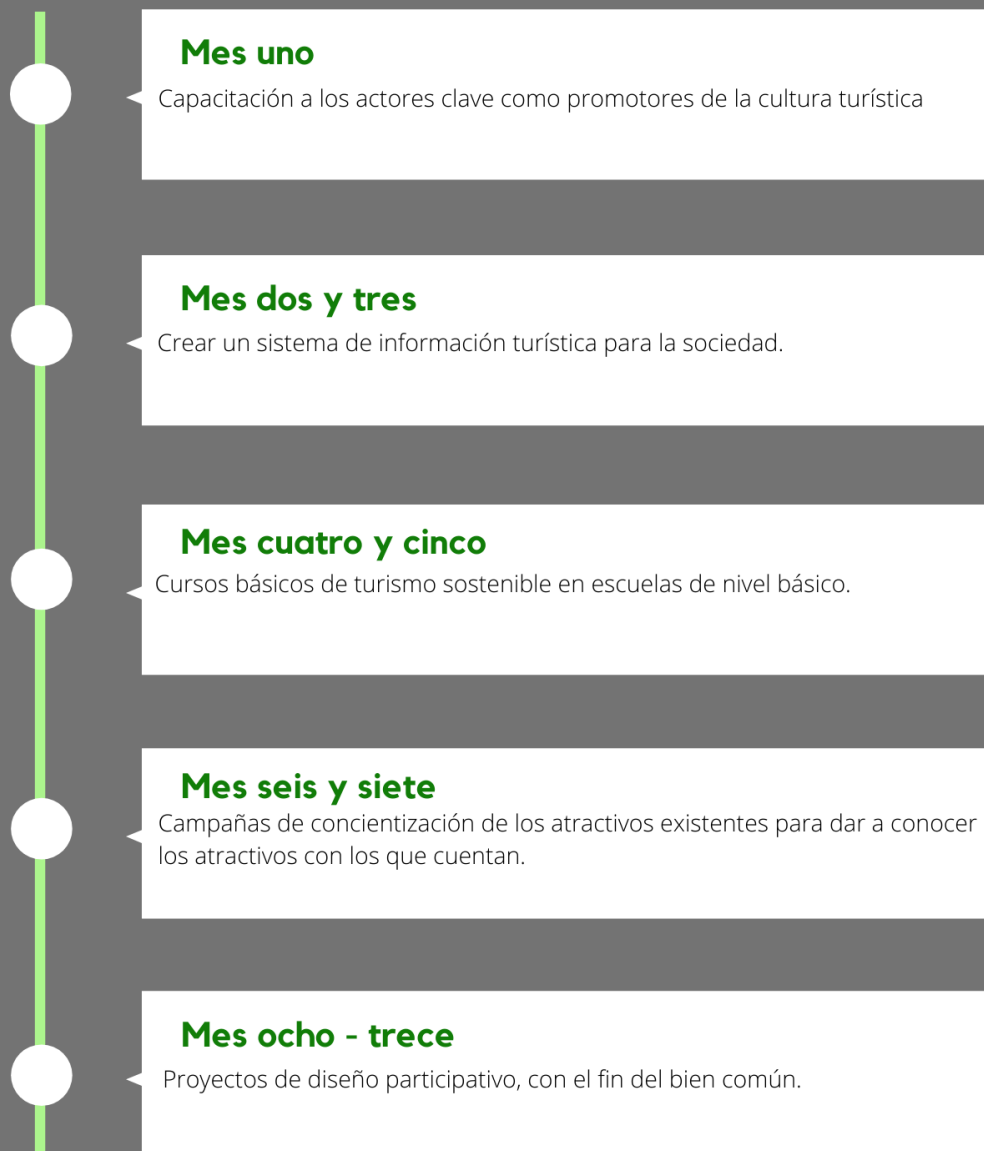


Figura 35 Cronograma de programa de cultura turística, agosto 2020.

PROGRAMA DE MARKETING

Proporcionar las condiciones favorables para el desarrollo turística de manera que sea competitivo para otros destinos.

Alcance

De la matriz CAME en el punto análisis externo en explotar oportunidades surge el programa de marketing, este tiende a crear tanto herramientas tecnológicas como convenios mediante los cuales se lleguen a nuevos nichos de mercado dando a conocer la marca de Huamantla en el turismo.

Acciones

Acción 1; Creación de un portal con información certera y en constante actualización para ofrecer un mejor servicio al turista.

Acción 2; Buscar nuevos canales de comercialización con el fin de llegar a más personas.

Acción 3; Alianzas estratégicas para aumentar lo publicidad de manera conjunta.

Cronograma de actividades

DURACIÓN ocho meses

PROGRAMA DE MARKETING



Figura 36 Cronograma de programa de marketing, agosto 2020.

PROGRAMA DE REVALORIZAR LOS ATRACTIVOS

Sensibilizar y concientizar a la sociedad y a sectores que se ven afectados de manera directa o indirectamente por la actividad turística, de cual es importancia que tiene dicha actividad para la economía local.

Alcance

El programa de revalorizar los atractivos nace del apartado análisis interno corregir debilidades de la matriz CAME, el cual pretende contribuir a la preservación de los atractivos turísticos mediante la exposición del valor que representa cada uno de ellos en la sociedad.

Acciones

Acción 1; Fomento y conservación del espacio urbano como elemento turístico y de identidad

Acción 2; Talleres para implementar proyectos turísticos, apoyando al empleo local de manera que todos se vean beneficiados.

Acción 3; Formación de facilitadores para la comunicación efectiva entre gobierno y particulares.

Cronograma de actividades

DURACIÓN nueve meses

PROGRAMA DE REVALORIZAR LOS ATRACTIVOS



Figura 37 Cronograma de programa de revalorizar los atractivos, agosto 2020.

PROGRAMA DE NORMATIVA

Adaptar los lineamientos reglamentarios municipales de la actividad vigentes a la realidad turística del municipio y regulación de los usos turísticos del municipio.

Alcance

La matriz CAME en el apartado de análisis interno en corregir debilidades proporciona el programa de normativa que busca proponer todas aquellas estrategias que tengan que ver con un reposicionamiento normativo, en el cual el comité de pueblo mágico debe jugar un rol protagónico, la definición de políticas respecto a la regulación de la actividad turística desde un enfoque sostenible.

Acciones

Acción 1; Creación de una Organización local para la gestión turística en el municipio con representación de los intereses públicos y privados.

Acción 2; Regular el comercio informal en la zona del centro histórico.

Acción 3; Regular las actividades de feria con el fin de conservar el nombramiento de pueblo mágico, así como preservar las tradiciones.

Acción 4; Campaña de concientización del nivel de importancia de la reglamentación para la actividad turística.

Cronograma de actividades

DURACIÓN diez meses

PROGRAMA DE NORMATIVA



Figura 38 Cronograma de programa de normatividad, agosto 2020.

PROGRAMA MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA

Corregir la imagen urbana del centro histórico, para fomentar la actividad del turismo sin dañar la imagen original.

Alcance

Para el programa de mejoramiento de imagen urbana tomado del apartado análisis interno en corregir debilidades tiene la finalidad en poner en relación aquellas estrategias que contemplen a mejorar las condiciones del casco histórico recuperar y poner en valor la imagen urbana.

Acciones

Acción 1; Mantenimiento al casco histórico, que va desde las fachadas de edificios importantes hasta la limpieza de las calles principales

Acción 2; Crea lineamientos para regular a aquellas personas que viven dentro del casco histórico para el diseño de sus fachadas como también negocios.

Acción 3; Homologación de letreros, propaganda y demás servicios.

Acción 4; Facilitar la movilidad al turista.

Cronograma de actividades

DURACIÓN catorce meses

PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA

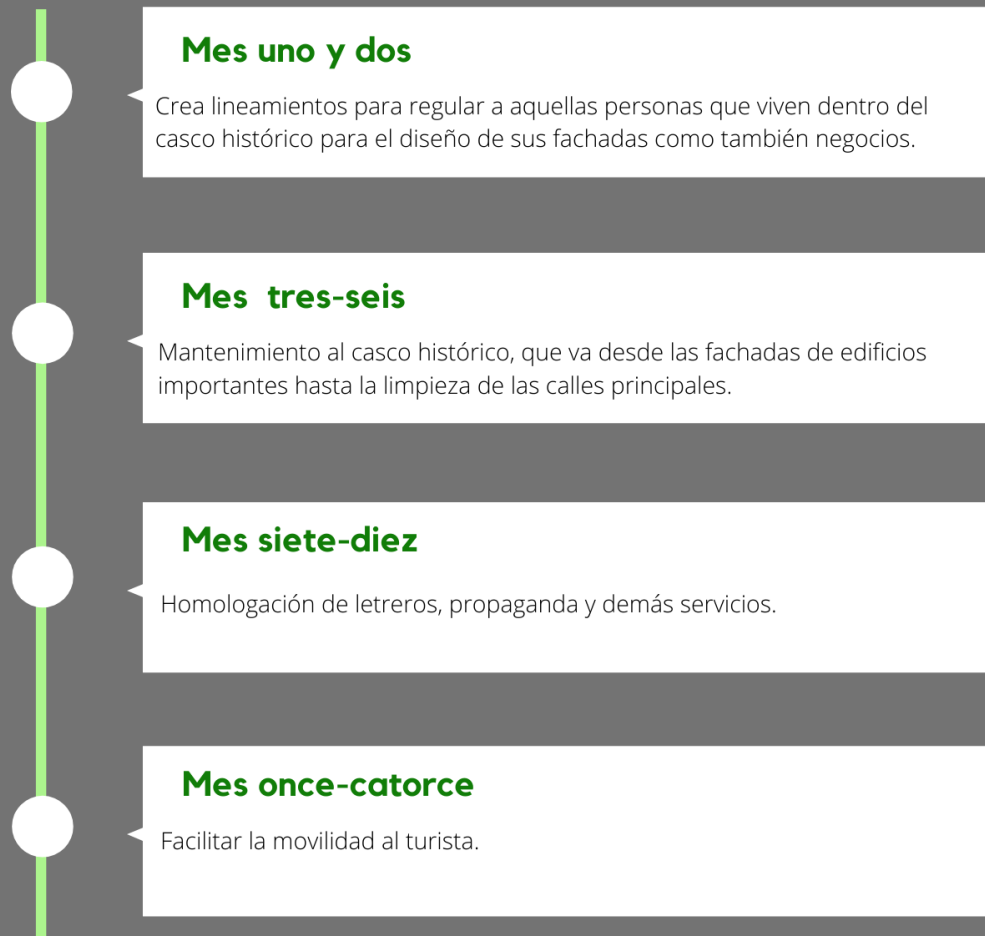


Figura 39 Cronograma de mejoramiento de imagen urbana, agosto 2020.

PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA

Mejorar la calidad turística hacia el visitante a través de la inclusión de procesos de información y la calidad de las empresas que prestan servicios turísticos.

Alcance

Se presenta el programa de calidad turística en el parte de análisis interno en corregir debilidades, busca articular aquellas acciones que tienen como finalidad proporcionar una mayor satisfacción en los turistas que visitan el lugar además de crear un mayor vínculo entre residente y turista ayudando a incrementar las visitas.

Acciones

Acción 1; Diseño de indicadores que midan el grado de satisfacción del turística o visitante.

Acción 2; Creación de una red de apoyo al turista en donde pueda haber una interacción entre el visitante y un encargado de turismo para asegurar su visita.

Acción 3; Implementar un correo en donde el turista o visitante pueda expresar como fue su estancia y al mismo tiempo calificando cada uno de los atractivos y su servicio.

Acción 4; Elaboración de un plan de mantenimiento y ampliación de la señalización turística.

Cronograma de actividades

DURACIÓN siete meses

PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA



Figura 40 Cronograma de programa de calidad turística, agosto 2020.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El seguimiento y evaluación del plan es una etapa muy importante debido a que controla la ejecución del mismo y permite corregir anomalías que en un futuro puedan afectar al cumplimiento de los objetivos y sus acciones. La necesidad de elaborar un sistema de

información turística para que éste se encargue de analizar las evoluciones y el nivel de ejecución del plan.

La evaluación nos permite;

- Rendir cuentas ante la sociedad y a los sectores involucrados
- Tener un control de los resultados lo cual permite la toma de decisiones en función de los efectos que el plan provocará y el contexto en que se desarrollará

Para poder rendir cuentas se necesitan indicadores que muestren los resultados importantes y tener en cuenta para la toma de decisiones. Estos indicadores son 4;

1. Grado de desarrollo de los programas del plan
2. Medición del impacto de las acciones
3. Nivel de ejecución presupuestaria
4. Corrección de las anomalías detectadas durante la planificación

Para cada acción se realizará una ficha de cada programa donde se anotarán todos aquellos aspectos que nos sean de utilidad para la evaluación y toma de decisiones. El diseño de las fichas será así;

Plan estratégico para el desarrollo turístico sustentable de Huamantla	
PROGRAMA	
ACCIÓN N°	
DESCRIPCIÓN	
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
DURACIÓN ESTIMADA PARA REALIZARLA	
Indicadores de desarrollo de los programas del plan	
Indicadores de Medición del impacto de las acciones	

Indicadores del Nivel de ejecución presupuestaria	
Indicadores de Corrección de las anomalías detectadas durante la planificación	

Figura 41 Evaluación de los programas mayo 2020.

El semáforo de cumplimiento ayudará a conocer la efectividad de cada una de las acciones, si son o no funcionales y al mismo tiempo identificar mediante el avance del plan que otras acciones se deben implementar con el fin de cumplir con nuestro objetivo.

Donde se tiene el color verde como un valor del 90% en adelante que significa que las acciones se han llevado a cabo en tiempo y forma, que los resultados han sido favorecedor según nuestra ficha de seguimiento con la participación de la sociedad, empresarios y gobierno es decir que cumplió el objetivo.

El color amarillo como el valor del 50% a 89.99% que significa que las acciones se han llevado a cabo con un grado de dificultad que no permite cumplir el objetivo en su 100% pero que pueden ser funcionales para nuestro plan y aportan un beneficio.

Finalmente, el color rojo con un valor entre 0 y 49.99% que indica que las acciones no son las correctas ya que no cumplen el objetivo debido a un grado de dificultad mayor que de alguna manera tenga que ver con los actores o algún otro factor según lo que indica la ficha, así como se muestra en la figura 34.

Semáforo de cumplimiento



Figura 42 Semáforo de cumplimiento, agosto 2020.

Finalmente Huamantla es un Pueblo que tienen una diversidad en sus atractivos, tiene desde culturales hasta de naturaleza el plan tiene como objetivo darle las herramientas necesarias a las personas adecuadas para poder impulsar la actividad turística, el plan estratégico es capaz de generar una dinámica para alcanzar el desarrollo local como se ha planteado desde el principio, en donde todos los sectores sean participes y obtengan todos los mismos beneficios del turismo al igual que las responsabilidades. Y para Huamantla solo trabajando conjuntamente podrán realzar el turismo.

CONCLUSIÓN

El primer capítulo normativa; las leyes, normas y reglamentos son creados con un fin que es el de regular dicha actividad y que haya un balance de beneficios para todos los participantes, para que ello se lleve a cabo se tienen que ver como un beneficio y no una obligación, para el caso de Huamantla el problema se debe a que muchos empresarios ven las certificaciones o normativas como una obligación y un costo extra que se rehúsan a aplicarlas. Después de analizar la información obtenida por parte de entrevistas, visitas y pláticas se llega a la conclusión que, si pudieran ver dichas normativas como una ventaja competitiva ante sus adversarios, además de los beneficios como son la reducción en sus costes, aumento de turistas, menos contaminación teniendo prácticas sustentables, estos empresarios y demás actores dentro del turismo siempre las aplicarían, esto evidencia la necesidad de crear campañas de concientización donde se puedan exponer los beneficios que conlleva su aplicación.

En el capítulo dos bench marking, después de analizar la información recabada de los pueblos mágicos con éxito que se seleccionaron, se llegó a la conclusión que, el bench marking ayudó a ver de una manera más explícita aquellos errores o decisiones que no han permitido el crecimiento deseado para Huamantla a pesar de llevar ya varios años como Pueblo mágico y aunque tiene una diversidad por ofrecer al turista, la logística, su planeación y la falta de articulación entre los prestadores de servicios el municipio y los residentes no ha permitido su desarrollo como tal ya que en ocasiones el choque de conflictos de intereses ha entorpecido su éxito como pueblo mágico, es por ello que se evidencia la importancia de un elaborar un plan estratégico.

Para el capítulo tres análisis diagnósticos, al estudiar todos los recursos turísticos con los que cuenta Huamantla y sus necesidades de cada uno de ellos, se llega a la conclusión que, el constante análisis de estos recursos apoya a identificar como se pueden corregir errores y maximizar las oportunidades de cada uno, para esto es necesario crear sistemas de verificación constante por parte de los prestadores de servicios y calificación y/o

sugerencias por parte de los turistas para poder satisfacer de manera exitosa sus necesidades y crear un vínculo de fidelidad.

Por otra parte el capítulo cuatro, desarrollo del plan estratégico de turismo, se diseñan las líneas de acción que corrigen las fallas encontradas durante el análisis diagnóstico del proyecto con el fin de cumplir nuestro objetivo, se llega a la conclusión que, el plan estratégico no solo ayuda a aumentar la afluencia de los turistas, sino que consolidar dicha actividad creando una armonía entre los actores y el medio ambiente, cada una de las estrategias propuestas cumplen una función que de manera conjunta buscan el desarrollo local de Huamantla por medio del turismo sustentable.

Finalmente es importante que se reconozca que durante muchos años se ha entendido el turismo sólo como el intercambio de servicios y/o productos por dinero y que se han cometido muchos errores, los cuales han traído consigo consecuencias negativas como: impacto ambiental negativo, afectaciones a la estructura productiva de los destinos, encarecimiento de bienes y servicios, sobrecarga de infraestructura urbana, gentrificación, entre otros. Como se menciona en la introducción estos quedaron evidenciados en esta coyuntura de COVID-19 y no los podemos seguir soslayando. La apropiación de estos conceptos en las comunidades, destinos y países turísticos permitirá el buen manejo y planificación del turismo.

Para reactivar el turismo se debe recurrir a una nueva normalidad, pero que no es más que lo que se ha perseguido por muchos años, un turismo sostenible que busque esa armonía entre el medio ambiente y el turismo como ya se comentaba, Huamantla es un lugar que tiene todo el potencial para llevarlo a cabo mediante la revalorización de sus atractivos turísticos, conocer los beneficios que puede dar a la sociedad y empresarios, ya que el turismo es una fuente importante de generación de empleos y ofrecerlos con la capacidad de carga de cada lugar, fomentar la calidad y cultura turística para poder ofrecer y mejorar la estancia del turista.

A través de campañas turística donde sensibilizar al turista de respetar los lugares y a sus residentes del lugar que visitan y que a su vez ello puedan tener esa seguridad y comodidad

que necesitan los turistas, todas estas acciones Huamantla las puede llevar a cabo pues cuenta con los recursos, con gente emprendedora, que están dispuestos a crear nuevas rutas para mejorar la experiencia visitante, tiene mucha cultura que los artesanos son los encargados de mostrarlo, de crear grupos multidisciplinarios que apoyen dichos proyectos que asesoren, esto evidencia la necesidad de una planeación y da la pauta para saber que el plan estratégico diseñado es una opción viable para el desarrollo local de Huamantla y que es un buen momento para aprovechar esta coyuntura y posicionarse como un pueblo mágico favorito y conseguir el éxito.

Aporte

Es muy probable encontrar con estudios que se llevan a cabo en diversos sitios turísticos, incluso siendo de diversos años y características turísticas diferentes, que ignoran las condiciones particulares del territorio; de esta manera, se reproducen las mismas estrategias en lugares donde las condiciones sociales, culturales, ambientales y económicas, la experiencia y la dinámica social, y el juego entre lo local y lo global son diferentes, por ello que el plan estratégico que se ha desarrollado es particular con las necesidades específicas del lugar .

Un destino turístico con equilibrio en el ámbito económico ambiental y social, en donde existe comunicación entre gobierno, prestadores de servicios, comunidad y el turista, que comienza a priorizar los proyectos estratégicos que buscan resarcir el daño al ambiente y potencializar el turismo, un pueblo mágico que logra estadísticas con el cincuenta por ciento mayor a las visitas del año anterior ofreciendo un servicio completo al turista, ampliando sus rutas turísticas y priorizando el cuidado de los recursos para su preservación.

En este sentido el escenario escogido está indicando en primer lugar la necesidad de mantener y consolidar la actividad turística desde el ámbito sostenible, mediante el conceso de aquellos proyectos estratégicos que permitan el desarrollo sostenible para el turismo de Huamantla, estos proyectos que deberán ser consensuados por todos los actores que participan en dicha actividad, que buscan revertir el daño en el ambiente por dicha actividad además de disminuir desigualdad de oportunidades y desarrollo entre los actores.

Pon otro lado requiere identificar aquellas acciones que reviertan las condiciones de deterioro en el casco del centro histórico como diseñar un sistema para la movilidad turística y mejorar las rutas turísticas y su acceso.

Los programas de acción especifican que debe hacerse y el tiempo en que se debe hacer, así como los responsables de que las actividades se lleven a cabo, indicando el monto que se necesitará para realizar cada una de ellas y lo que se espera lograr.

Durante el proceso se ha demostrado que existe iniciativa por parte de la comunidad en crear mejorar y ampliar sus servicios para el turista, sin embargo el individualismo y el escepticismo, como actitudes negativas de la sociedad local, han entorpecido su participación eficiente en el proceso de desarrollo. No obstante, la emergencia de nuevas instituciones turísticas puede proveer al artesano, emprendedor las herramientas necesarias: información, capacitación, financiamiento, oportunidades de asociación, cooperación e intercambios de experiencias.

También se ha manifestado la necesidad por incluir nuevas prácticas que ayuden al cuidado del medio ambiente, la regulación de la actividad de turismo y la implementación de normas y certificaciones, como se ha hecho mención, la sustentabilidad es un elemento que fortalece si se construye desde dentro de la comunidad, y en este proceso, deben incluirse los mecanismos de intercambio de costos y beneficios que, como sociedad, están dispuestos a asumir.

La implementación del plan estratégico que se ha propuesto requiere crear un comité para el control y seguimiento de la adecuada implementación del plan estratégico, el comité debe incluir a representantes de las diversas actividades del turismo y residentes lo cual ayudará a fomentar el desarrollo sostenible beneficiando a los tres pilares, economía, ambiente y sociedad.

Propuestas de investigación

Un trabajo de investigación desarrollado de manera correcta contribuye al despejar una incógnita sobre el tema tratado, pero, de forma simultánea generan las preguntas nuevas preguntas, ideas y o abre nuevas vías de trabajo. En esta sección se presentan algunas propuestas de investigación futuras.

En relación con el programa de normativa, puede llevarse a cabo una investigación más a fondo de las Políticas públicas y como intervienen en el desarrollo turístico de Huamantla.

Respecto al programa de turismo sostenible se pudo ver que existen varias propuestas de nuevas rutas turísticas que se enfocan en lo vivencial que de cierto modo funcionan para el diseño de un circuito turístico como fomento al desarrollo del turismo y su desarrollo local en Huamantla.

En el programa de revalorizar los atractivos algo muy interesante se puede desarrollar al investigar la influencia de La elite local y su participación sobre el desarrollo turístico de Huamantla.

Otra posible propuesta de investigación es dentro del programa de marketing, desarrollar un plan estratégico de marketing en el cual se pueda posicionar a Huamantla como una marca dentro del mercado turístico.

Finalmente, en el programa de mejoramiento de imagen urbana diseñar un proyecto de mejoramiento de la imagen urbano bajo el modelo de pueblos mágicos.

Bibliografía

- Abasolo, L. M. (2008). *Googlebooks*. Obtenido de https://books.google.com.mx/books/about/Breve_historia_de_Huamantla.html?id=OYI6AQAAIAAJ
- Alonso, G. J. (2013). *Revista lider*. Obtenido de http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023_Juarez_pp9_28.pdf
- Asprilla, I. (julio de 2020). *Entorno turistico* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/reinventar-el-turismo/>
- Barrón, J. V. (2011). *Gestion en el tercer milenio*. Recuperado el 2019, de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8857/7692>
- Bernal, J. J. (25 de Enero de 2016). *pdcahome*. Obtenido de <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>
- Brundtland, I. (1987). Obtenido de http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- BUAP. (2013). *SECTUR*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/cuetzalan-del-progreso-puebla/>
- Carnelli, M. L. (Febrero de 2018). *diseño y comunicación* . Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/19102_18672.pdf
- Chias, J. (marzo de 2005). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/81004839/EL-TURISMO-DE-CIUDAD-Josep-Chias>
- CICOTUR. (Mayo de 2020). *CICOTUR*. Obtenido de file:///C:/Users/karla/Dropbox/Energ%C3%ADas%20Renovables/Doc14_Cicotur_Estimacion_afectaciones_turismo__mexicano_Covid19.pdf
- Coromoto, M. (2011). *Redalyc*. Recuperado el 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- DATATUR. (2006). *DATATUR*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- DATATUR. (2012). *Gobierno de México*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

- Díaz, M. E. (2015). *Universidad Autónoma Metropolitana*. Obtenido de file:///C:/Users/karla/Downloads/Pueblos_Magicos_una_vision_interdiscipli.pdf
- Egg, A. (abril de 2010). *Educativas* . Obtenido de https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_29/M_DOLORES_CHACON_1.pdf
- Espinosa, R. (Mayo de 2018). *Roberto Espinosa*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
- Flores, P. S. (2014). La gestión turística sustentable . *Revista semestral de El Colegio de Tlaxcala, A.C.* , 81.
- Forero, A. L. (2011). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71419828.pdf>
- González, A. (2016). *Tips para tu viaje*. Obtenido de <https://tipsparatuviage.com/huamantlada-feria-de-tlaxcala/>
- Huamantla, T. (13 de julio de 2019). *Turismo huamantla* . Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <https://turismohuamantla.com.mx/normatividad/>
- Infaded. (2017). *Enciclopedia de Municipios y Delegaciones de México* . Obtenido de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM29tlaxcala/municipios/29013a.html>
- Martínez, M. T. (2015). *Education*. Obtenido de https://www.ceenl.mx/educacion/certamen_ensayo/decimo/MariaTeresaVillarreaIMartinez.pdf
- Moran, G. L. (2017). *Universidad Estatal del Sur de Manabí*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/03/Modelo-de-plan-estrat%C3%A9gico.pdf>
- Olmos Juárez, L., & García Cebrían, R. (2016). *books google*. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=mfj_CwAAQBAJ&pg=PA207&lpg=PA207&dq=el+negocio+de+la+felicidad+recursos+productos+y+ofertas&source=bl&ots=0a4xNuorKJ&sig=ACfU3U3vg-aC0mXBseCMTy6Ry7eAS8tIIA&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHuOb64evnAhUFF6wKHQD5A6EQ6AEwAnoECAk
- Ortega, G. H. (2014). Hablemos de la gestión del turismo sustentable. *Revista Semestral de El Colegio de Tlaxcala A.C.*, 78.
- Rojas, J. (Octubre de 2019). *Artesanos*. (K. Cervantes, Entrevistador)
- Sapiro, I. C. (s.f.). *Planeación estratégica*. Mc Grall Hill.

SECTUR. (2014). *Guía de incorporación y permanencia*. Obtenido de Secretaria de turismo federal: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>

SECTUR. (01 de Enero de 2016). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

SECTUR. (26 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

Sierra, R. C. (2013). *Pensamiento y gestion* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

turístico, E. (2019). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>

Valencia, W. A. (2016). *Industrial data*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81650062004.pdf>