



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo  
Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Licenciatura en Turismo

**Ruta Turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango Puebla,  
México**

Tesis para obtener el Título de  
Licenciada en Turismo

Presenta

C. Fatima Berenice Sampayo Vergara

Director de la tesis: Dr. Pedro Alfonso Ramos Sánchez

San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, México, 25 de noviembre de 2025.



MTRA. OJUKY DEL ROCÍO ISLAS MALDONADO  
 DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR,  
 PRESENTE.


Con fundamento en los Artículos 1° y 3° de la Ley Orgánica y el Título Quinto, Capítulo II, Artículo 114, Fracción X y XI del Estatuto General, así como en el Título Cuarto, Capítulo I, Artículos 40 y 41 del Reglamento de Titulación, ordenamientos de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, el jurado del examen recepcional ha revisado, analizado y evaluado el trabajo titulado "RUTA TURÍSTICA PARA EL PUEBLO MÁGICO DE HUAUCHINANGO PUEBLA, MÉXICO", presentado por la c. FATIMA BERENICE SAMPAYO VERGARA, con número de cuenta 446417, de la LICENCIATURA EN TURISMO, otorgando el voto aprobatorio para extender la presente:

**AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN**

Por lo que el/la sustentante deberá cubrir los requisitos de acuerdo al Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

**ATENTAMENTE**  
**"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"**


San Agustín Tlaxiaca, Hgo., a 11 de noviembre de 2025

  
 DRA. TANIA ELIZABETH CEBALLOS ÁLVAREZ  
 PRESIDENTA

  
 DR. PEDRO ALFONSO RAMOS SÁNCHEZ  
 PRIMER VOCAL

EL JURADO

  
 MTRA. ALMA DELIA RAMÍREZ RODRÍGUEZ  
 SECRETARIA

  
 DRA. CAROLINA GONZÁLEZ ESPINOZA  
 SUPLENTE



c.c.p. Coordinador de Titulación del ICEA  
 Líder del Cuerpo Académico  
 Coordinación del programa educativo  
 Alumno/Egresado

Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan  
 Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo,  
 México; C.P. 42160  
 Teléfono: 771 71 72000 Ext. 40501  
 icea@uaeh.edu.mx



## **Dedicatoria**

**A Dios por ser mi guía en todo momento y acompañarme en cada paso, por darme sabiduría y paciencia para afrontar los obstáculos e iluminar mi camino para alcanzar este sueño.**

**A mi mamá, mis abuelitos, mi hermano, Beto, mi familia y especialmente a Tom, quienes estuvieron conmigo en este proceso gracias por creer en mí, por su amor, apoyo y paciencia. Gracias por caminar conmigo y no soltarme, y por todos los sacrificios que hicieron para ayudarme a concluir exitosamente mi carrera profesional.**

## **Agradecimientos**

**A mi asesor de Tesis quien estuvo conmigo en este proceso alentándome y apoyándome en todo momento, gracias por la paciencia, el tiempo dedicado y por ser la base para que lograra concluir este trabajo de tesis.**

**A todos mis docentes por compartir conmigo sus conocimientos y alentarme en todo el camino de mi carrera, gracias por hacerme amar el mundo del turismo y ser mis guías.**

**A la UAEH, por ser el lugar en donde me desarrollé y crecí en todos los aspectos, por cada clase, cada maestro, y por todos esos amigos que conocí en esta hermosa universidad, aquí logré obtener las herramientas necesarias para que hoy sea una profesionista exitosa.**

## Índice

<b>Capítulo 1</b> .....	11
<b>Propósito y Organización</b> .....	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Planteamiento del Problema .....	12
1.3 Preguntas de Investigación .....	13
1.4 Objetivo General .....	13
1.5 Objetivos Específicos .....	14
1.6 Hipótesis de trabajo .....	14
1.7 Justificación.....	15
1.8 Alcances y limitaciones.....	15
1.9 Organización del estudio .....	16
<b>Capítulo 2</b> .....	18
<b>Importancia del turismo, efectos económicos, socioculturales y el sistema turístico</b> .....	18
2.1 Importancia del turismo .....	18
2.2 Turismo y tipos de turismo .....	20
2.2.1 Turismo de Naturaleza.....	20
2.2.2 Turismo Cultural.....	21
2.2.3 Turismo Gastronómico.....	21
2.2.4 Turismo LGBT (Turismo Rosa) .....	21
2.2.5 Turismo de Romance.....	22
2.2.6 Turismo de Salud.....	22
2.3 Efectos económicos, sociales y de medio ambiente en el turismo .....	22
2.4 El Sistema turístico .....	24
<b>Capítulo 3</b> .....	27
<b>Rutas turísticas como productos turísticos, factores detonantes del turismo y elementos para la creación de rutas turísticas</b> .....	27
3.5 Rutas turísticas .....	27
3.6 Tipos de rutas turísticas .....	28
3.7 Elementos básicos para diseñar rutas turísticas .....	28
3.7.1 Atractivos turísticos.....	30
3.7.2 Infraestructura turística.....	31
3.7.3 Servicios turísticos .....	32

3.7.4 Clasificación de los servicios turísticos:.....	33
3.8 Rutas turísticas como producto turístico .....	33
3.8.1 Elementos de un producto turístico .....	33
3.9 Análisis PESTLE para el análisis de productos turísticos .....	34
3.9.1 Matriz FODA .....	34
3.9.2 Matriz CANVAS como guía para el diseño de productos turísticos.....	35
<b>Capítulo 4.....</b>	<b>37</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>37</b>
<b>Capítulo 5.....</b>	<b>38</b>
<b>Análisis de la estructura turística de Huauchinango, Puebla como Pueblo Mágico y sus atractivos turísticos.....</b>	<b>38</b>
5.1 Localización.....	39
5.2 Significado de Huauchinango .....	39
5.3 Orografía .....	40
5.4 Hidrografía .....	40
5.5 Población.....	41
5.6 Datos sociodemográficos .....	42
5.7 Estructura turística del municipio.....	46
5.8 Recursos turísticos de Huauchinango .....	58
5.9 Perfil del visitante en Huauchinango, Puebla .....	63
5.9.1 Resultados de encuesta a personas locales.....	81
5.9.2 Resultados de entrevistas a expertos del turismo.....	87
<b>Capítulo 6.....</b>	<b>91</b>
<b>Propuesta ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla .....</b>	<b>91</b>
6.1 Encuesta sobre intereses de visitantes .....	91
6.2 Análisis PESTLE .....	91
6.3 Análisis FODA.....	93
6.4 Modelo de CANVAS .....	94
6.5 Nombre de la ruta.....	96
6.6 Elementos que la integran y tipo de ruta .....	96
6.7 Itinerario de la ruta .....	97
6.8 Tríptico informativo.....	100
6.8.1 Slogan.....	102

6.8.2 Logotipo de la ruta turística .....	103
6.8.3.1 Página de Instagram .....	104
6.8.3.2 Página de Facebook.....	105
6.8.3.3 Pagina de TikTok .....	106
6.9 Mapeo de la ruta.....	107
Conclusiones .....	108
Recomendaciones .....	109
<b>Referencias</b> .....	110
<b>ANEXOS</b> .....	113
<b>Anexo 1</b> .....	113
<b>Cuestionario perfil del visitante en Huauchinango, Puebla</b> .....	113
<b>Anexo 2</b> .....	114
<b>Cuestionario de población local de Huauchinango, Puebla</b> .....	114

## Índice de Figuras

Figura 1. Tipos de rutas turísticas.....	28
Figura 2. Ubicación de Huauchinango.....	39
Figura 3. Escudo de Huauchinango.....	40
Figura 4. Población Indígena.....	42
Figura 5. Espacios Culturales.....	44
Figura 6. Carreteras de Huauchinango.....	56
Figura 10. Tríptico informativo de Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas .....	101
Figura 11. Logotipo de la ruta turística .....	103
Figura 12. Página de Instagram de Aventura Xochiatl.....	104
Figura 13. Página de Facebook Aventura Xochiatl.....	105
Figura 14. Página de TikTok de Aventura Xochiatl.....	106
Figura 15. Mapeo de la ruta Aventura Xochiatl .....	107

## Índice de Gráficas

Gráfica 1 Población de Huauchinango.....	41
Gráfica 2 Población.....	42
Gráfica 3 Escuelas.....	43
Gráfica 4 Porcentaje de la población afiliada al servicio de salud.....	44
Gráfica 5 Lenguas Indígenas.....	45
Gráfica 6. Sexo de los visitantes.....	63
Gráfica 7. Edad de los visitantes.....	64
Gráfica 8. Residencia de origen de los visitantes.....	64
Gráfica 9. Escolaridad de los visitantes.....	65
Gráfica 10. Nivel de Ingreso de los visitantes.....	66
Gráfica 11. Ocupación de los visitantes.....	66
Gráfica 12 Acompañantes de los visitantes.....	67
Gráfica 13. Grupos de Viaje.....	68
Gráfica 14. Motivo de visita a Huauchinango, Puebla.....	69
Gráfica 15 Motivo de seleccionar Huauchinango para su visita.....	70
Gráfica 16. Transporte utilizado por los visitantes.....	70
Gráfica 17. Estancia en noches de los visitantes.....	71
Gráfica 18. Tiempo de estancia en horas de los visitantes.....	72
Gráfica 19. Tipo de Hospedaje utilizado por los visitantes.....	72
Gráfica 20. Medios de comunicación por los que se enteró de Huauchinango.....	73
Gráfica 21. Primera vez en Huauchinango.....	74
Gráfica 22. Gasto promedio de los visitantes incluyendo familiares.....	74
Gráfica 23. Gasto promedio individual de los visitantes.....	75
Gráfica 24. Lugares de interés en Huauchinango.....	76
Gráfica 25. Encontró suficiente información turística en Huauchinango.....	76
Gráfica 26. Visitará otros destinos.....	77
Gráfica 27. Trato de los huauchinanguenses.....	78
Gráfica 28. Lo que más les gustó de Huauchinango.....	78
Gráfica 29. Lo que menos les gustó de Huauchinango.....	79
Gráfica 30. Servicios que le gustaría en la próxima visita a Huauchinango.....	80

Gráfica 31. Repetiría su visita a Huauchinango .....	80
Gráfica 32. Sexo de los habitantes .....	81
Gráfica 33. Grupos de edad de personas locales.....	82
Gráfica 34. Escolaridad de las personas locales.....	82
Gráfica 35. Conoce los principales atractivos de Huauchinango.....	83
Gráfica 36. Principales atractivos de Huauchinango.....	83
Gráfica 37. Les gustaría una nueva ruta turística en el municipio .....	84
Gráfica 38. Beneficios que tendría una ruta turística .....	84
Gráfica 39. Estrategias de difusión de la ruta.....	85
Gráfica 40. Precio de la ruta.....	85
Gráfica 41. La ruta ayudaría a comercializar el destino.....	86
Gráfica 42. La ruta ayudaría al crecimiento económico del lugar .....	86
Gráfica 43. Conoce los principales atractivos de Huauchinango.....	87
Gráfica 44. Principales atractivos de Huauchinango.....	88
Gráfica 45. Le gustaría una nueva ruta turística.....	88
Gráfica 46. Beneficios de una ruta turística en el municipio .....	89
Gráfica 47. Estrategias de difusión de la ruta.....	90

### **Índice de tablas**

Tabla 1 Organización del estudio.....	27
Tabla 2 Elementos de una ruta turística según diversos autores .....	29
Tabla 3 Alojamiento .....	46
Tabla 4 Cabañas.....	47
Tabla 5 Restaurantes y bares .....	48
Tabla 6 Gastronomía.....	50
Tabla 7 Atractivos Turísticos de Huauchinango, Puebla.....	51
Tabla 8 Servicio de Transporte.....	52
Tabla 9 Transporte local .....	57
Tabla 10 Servicios de Salud .....	58
Tabla 11 Itinerario “Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas” .....	97
Tabla 12 Costos estimados por persona.....	99

## **Introducción**

Huauchinango, ubicado en la sierra norte del estado de Puebla y nombrado en el año 2015 como “Pueblo Mágico” es un municipio que sobresale por su riqueza natural, arquitectónica y cultural. Su ecosistema destaca por sus montañas, cascadas, bosques, sus costumbres y tradiciones que lo transforman en un destino atractivo ideal para el turismo. Pese a contar con diversos recursos, este Pueblo Mágico no ha logrado tener una oferta turística planificada y variada que permita explotar su capacidad.

El diseño de una ruta turística para Huauchinango tuvo como finalidad estructurar una oferta variada de experiencias que permitan a los visitantes disfrutar de los atractivos naturales, apreciar el patrimonio cultural y su arquitectura.

Esta propuesta incorporó los atractivos turísticos principales del Pueblo Mágico, para aprovechar la infraestructura y promover el turismo sostenible y que los visitantes se lleven una experiencia única. Esta ruta tiene como objetivo potenciar el desarrollo económico del municipio y fomentar la preservación de identidad cultural y natural. Asimismo, con la creación de estrategias para difundir la ruta se pretende establecer una propuesta para generar empleos locales y promover la incorporación del Pueblo Mágico de Huauchinango en el circuito turístico regional y nacional.

El presente trabajo de investigación consta de seis capítulos; en el primero, se habla acerca del propósito principal de este trabajo y se explica porque se eligió diseñar una ruta turística para el municipio de Huauchinango, se aborda el planteamiento del problema, objetivo general y objetivos específicos finalizando con la organización de estudio en donde se puede ver la estructura del proyecto.

En el segundo capítulo abordamos la definición e importancia del turismo, así como los tipos de turismo más populares en México, sus efectos y se explica a detalle el sistema turístico.

El tercer capítulo trata sobre las rutas turísticas y sus elementos más importantes destacando los que se usaron para la implementación de la ruta turística en Huauchinango. También se abordan conceptos de productos turísticos y las herramientas utilizadas para crear la ruta, como lo son la matriz FODA, el análisis PESTLE y el modelo CANVAS.

En el cuarto capítulo encontramos de manera general la metodología de este trabajo de investigación, y la estructura por la cual fue realizada la ruta turística.

El capítulo cinco tiene como objetivo dar a conocer el municipio de Huauchinango, Puebla se incluyen antecedentes, datos sociodemográficos y la estructura turística de los sitios más importantes de este Pueblo Mágico, finalizando con el perfil del visitante que se obtuvo mediante encuestas aplicadas a tres grupos de personas: visitantes, locales y expertos en turismo.

Finalmente, el capítulo seis desglosa toda la información de la nueva ruta diseñada, su estructura y los elementos que la componen, las matrices y análisis que nos ayudaron a comprender mejor la información, para finalmente obtener el diseño completo de la ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla.

## **Capítulo 1**

### **Propósito y Organización**

En este capítulo se hablará acerca del propósito principal de este trabajo, iniciando por los antecedentes, en donde se explica porque se eligió diseñar una ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango; posteriormente se encuentra el planteamiento del problema en donde se dan ejemplos de reconocidas rutas turísticas en el país, de igual manera se menciona el objetivo general y objetivos específicos terminando con la organización de estudio, en donde se estructura la realización de este trabajo de investigación paso a paso.

#### 1.1 Antecedentes

El turismo es un sector fundamental para la economía y para la sociedad de un lugar, ya que incentiva la generación de empleos, la restauración y conservación del patrimonio tanto cultural como natural y de esta manera ayuda a fortalecer la identidad de la localidad.

De esta manera, diseñar rutas turísticas se ha vuelto una de las estrategias más convenientes para diversificar la oferta turística de una región con potencial en turismo de aventura y mejorar la experiencia de los visitantes, ya que se van a fortalecer sus atractivos y se tiene la oportunidad de explorar destinos poco promovidos.

Nombrado Pueblo Mágico de la Sierra Norte de Puebla en el año 2015, Huauchinango es una localidad con un alto nivel de turismo de aventura, ya que cuenta con paisajes rodeados de montañas, cascadas con caídas impresionantes, cuerpos de agua como la presa de Necaxa y Tenango, vegetación ideal para realizar ecoturismo y senderismo, así como su distinguida y colonial arquitectura. Sin embargo, a pesar de que Huauchinango cuenta con los recursos suficientes para ser un destino altamente atractivo para los visitantes que están en busca de aventura y actividades emocionantes, se requiere que estos recursos tengan un mayor aprovechamiento, por lo que, para lograr esto se plantea en este trabajo de investigación la idea de una ruta turística como integradora de atractivos turísticos lo que facilitaría en un futuro su mejor promoción y que de esta forma se logre un mayor acercamiento con los visitantes, cabe destacar que este trabajo de investigación cubre hasta la parte del diseño de la ruta.

Se han hecho diversas investigaciones las cuales han demostrado que la creación de rutas turísticas ayuda a tener un control sobre el reparto de los visitantes, fomentar la economía local y reforzar la

identidad de la comunidad. Por ejemplo, en el artículo “Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico” de René Felipe Ojeda Alfonso, destaca el potencial de las rutas e itinerarios turísticos en el contexto del desarrollo turístico contemporáneo. El autor evalúa la relación de valores patrimoniales y el diseño de productos, y explica los elementos primordiales para su creación, destacando cómo las rutas turísticas pueden ampliar la oferta y llamar la atención de diferentes tipos de turistas (Ojeda, 2024).

En México se han implementado diversas rutas turísticas, el Programa Destinos México muestra la Ruta Lagunas de Ensueño en Chiapas, Ruta del Vino en Baja California, Ruta de la Aventura y el Café en Puebla, Ruta Barrancas del Cobre en Chihuahua, Ruta del Mezcal en Oaxaca o la Ruta de los Cenotes en Puerto Morelos las cuales han demostrado que tener una correcta planificación y promoción va a tener un impacto positivo tanto en el turismo como en la comunidad receptora (Programa Destinos México, 2025).

Por ello, se realizó un análisis del municipio de Huauchinango para diseñar una ruta turística que contenga sus principales atractivos turísticos, esto con el fin de que este Pueblo Mágico tenga una oferta variada y pueda reforzar su crecimiento como un destino turístico.

## 1.2 Planteamiento del Problema

De acuerdo a la página de la Secretaría de Turismo México, Huauchinango fue nombrado Pueblo Mágico en el año 2015 y a pesar de ser integrado a este programa de México, no se han aprovechado adecuadamente sus recursos turísticos, ya que cuenta con muchos atractivos que no se han difundido ni se les ha dado una correcta promoción para que sea visitado, ni se han adaptado los lugares para ser visitados, por ejemplo, existen cascadas que no tienen un acceso adecuado para que las personas puedan llegar, sino que solo hay pequeñas brechas, lo que impide entrar al lugar con facilidad, por lo tanto, se opta por contratar a guías especializados que dominen las rutas o forma de ingresar a estos lugares. La propuesta de una ruta turística debidamente estructurada ayudará no solo a que más personas conozcan el lugar, sino también al fomento de la economía local al promover los recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio, así como a la generación de empleos. (SECTUR, 2016)

En el debate temático: “El papel de las rutas turísticas en el fomento del desarrollo regional” publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) se plantea cómo las rutas turísticas crean oportunidades para la cooperación transfronteriza, el marketing colaborativo de destinos, el desarrollo de productos, y la protección del patrimonio natural y cultural. Este estudio realza el valor de las rutas turísticas en la unificación regional y su capacidad para impulsar el desarrollo sostenible en las áreas que abarcan (OMT, 2023).

Por ello, con la implementación de una ruta turística se pretende integrar los recursos del municipio para hacer más atractiva la visita, así como también fomentar la variación en la oferta turística, la generación de empleos y el crecimiento económico de la comunidad.

### 1.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Cómo diseñar una ruta turística en el municipio de Huauchinango, Puebla?
2. ¿Cuáles son los principales atractivos naturales y culturales de Huauchinango que podrían incorporarse a una ruta turística?
3. ¿Cuál es el perfil y el principal interés de los visitantes de Huauchinango?
4. ¿Cuál es la estructura turística que tiene actualmente el municipio?
5. ¿Cuál sería la mejor estrategia de promoción para divulgar la nueva ruta turística?
6. ¿Cómo se pueden involucrar las comunidades locales en la implementación de la ruta turística?
7. ¿Cuáles son los beneficios que una ruta turística podría traer al municipio?
8. ¿Puede una ruta turística ayudar a la comunidad para genera lazos de identidad con el destino?

### 1.4 Objetivo General

Diseñar una ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla a través de análisis de la teoría turística, que hable del diseño de rutas turísticas y utilizar el análisis PESTLE, Matriz FODA y matriz de CANVAS para la ruta turística con el propósito de fomentar el desarrollo económico, y fortalecer la identidad del municipio.

### 1.5 Objetivos Específicos

1. Identificar los conceptos y elementos de una ruta turística, a través de la teoría turística de rutas turísticas para el diseño de la ruta turística de Huauchinango.
2. Analizar los atractivos turísticos del municipio mediante la clasificación de atractivos turísticos de Roberto Boullón para incorporarlos a la ruta turística.
3. Determinar la estructura turística del municipio de Huachinango a través de la teoría del espacio turístico de Boullón, para conocer como ligarlo a la ruta turística.
4. Establecer el perfil del visitante a Huachinango para conocer origen, características e intereses de los visitantes por medio de la aplicación de un cuestionario y contemplar la información para el diseño de la ruta turística.
5. Considerar cuál sería la mejor estrategia de promoción para hacer difusión de la ruta turística en el municipio a través de la opinión de los visitantes y de expertos.
6. Identificar cuáles son los beneficios que una ruta turística puede aportar al municipio, a través de la teoría turística y entrevista a expertos.
7. Diseñar una ruta turística a través del análisis de la información recabada mediante el análisis PESTLE, Matriz FODA y matriz de Canvas.

### 1.6 Hipótesis de trabajo

El diseño de una ruta turística en el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla puede organizar los atractivos turísticos e identificar la mejor forma de difundirlos e impulsar el desarrollo económico local a través del uso de su estructura turística.

VARIABLES INDEPENDIENTES:

El diseño de una ruta turística en el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla.

VARIABLE DEPENDIENTE

Organizar los atractivos turísticos e identificar la mejor forma de difundirlo e impulsar el desarrollo económico local a través del uso de su estructura turística.

## 1.7 Justificación

El Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla tiene un gran potencial turístico ya que posee una gran riqueza natural, histórica y cultural. Sin embargo, la falta de difusión de sus atractivos limita el crecimiento del sector para obtener beneficios económicos y sociales para la comunidad. La elaboración de una ruta turística en Huauchinango es fundamental para fomentar el turismo sostenible, impulsar la conservación del patrimonio y aumentar el crecimiento económico local. Este trabajo de investigación tiene como finalidad permitir ampliar la oferta turística, enriquecer la visita de los turistas y reforzar la identidad del municipio.

En un ámbito social, la creación de esta ruta integrará a la comunidad local, creando empleos y que los emprendimientos de diversos sectores como lo son gastronomía, artesanías y ecoturismo aumenten su producción. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo es una fuente clave de ingresos para muchas comunidades rurales, y una ruta bien planificada puede convertirse en un motor de crecimiento inclusivo.

De igual manera, con este trabajo de investigación se buscó sensibilizar a la población acerca de la importancia de la conservación del medio ambiente y la cultura del municipio.

En cuanto a economía, esta ruta está diseñada para ayudar a que la demanda turística aumente, favoreciendo a emprendedores locales, así como a prestadores de servicios estimulando y reforzando la economía local. Según Vera Rebollo et al. (2017), el turismo puede convertirse en un “motor de crecimiento económico local”, al estimular sectores como el transporte, la gastronomía, la artesanía, la hotelería y los servicios complementarios.

Asimismo, para promocionar a Huauchinango como un destino atractivo dentro del Estado de Puebla se planearon estrategias de difusión para la ruta turística como fue la creación de redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok) y se realizaron trípticos informativos.

Por lo tanto, este trabajo de investigación se considera conveniente para el Pueblo Mágico, ya que su objetivo es ayudar a la actividad turística de Huauchinango, obteniendo beneficios económicos, sociales y ambientales para el municipio y sus residentes.

## 1.8 Alcances y limitaciones

En este trabajo de investigación se utilizó una metodología que permitió identificar las opiniones de los visitantes y residentes de Huauchinango utilizando herramientas como entrevistas a personas

clave (expertos del turismo) y encuestas a personas locales también se realizó un análisis del perfil del visitante, matriz PESTLE, FODA y CANVAS, la reunión de toda la información recabada representa un enfoque mixto de investigación.

Esta propuesta planteó el diseño de una ruta turística estructurada que integró los principales atractivos de Huauchinango mediante la elaboración de estrategias de difusión en el municipio, asimismo incluyendo la participación de la comunidad para fomentar el turismo responsable y contribuir a la economía local.

### 1.9 Organización del estudio

Durante el diseño de esta tesis, en primer plano se identificaron los principales atractivos con los que cuenta el municipio ya que son el motivo por el cual se va a crear esta ruta, asimismo, se realizó una investigación acerca de los servicios del municipio, infraestructura, superestructura y estructura turística.

Teniendo estos datos, se inició una investigación acerca del turismo incluyendo temas como su definición, su importancia de acuerdo a diversos autores, cuáles son los principales tipos de turismo y sus efectos económicos, sociales y culturales.

El siguiente paso fue la investigación acerca de las rutas turísticas, su significado, cuáles son los tipos de rutas que existen y los elementos básicos para diseñar rutas turísticas.

Con la etapa de investigación del municipio, se recopilaron datos como el significado de Huauchinango, mostrando su logo actual y su concepto, así como datos sociodemográficos, su estructura turística, superestructura e infraestructura, donde se mostraron los antecedentes primordiales de este Pueblo Mágico que serán base para el diseño de la ruta.

La metodología de este trabajo de investigación incluyó cuestionarios y entrevistas realizados a personas clave como lo son responsables del turismo municipal, población local y el análisis del perfil del visitante. En el capítulo final se realizó la propuesta de la ruta turística incluyendo un análisis PESTLE, una matriz FODA y un modelo CANVAS del municipio de Huauchinango, así como los elementos que la integran, el itinerario, costos de operación, los medios de difusión por los cuales se dará a conocer la ruta y finalmente el mapeo de la ruta turística. La parte final de este trabajo de investigación fueron las conclusiones y recomendaciones, así como las referencias bibliográficas.

**Tabla 1.***Organización del estudio*

<b>Capítulo</b>	<b>Contenido</b>
Capítulo 1 Propósito y organización	Antecedentes, planteamiento del problema, preguntas de investigación, objetivos generales y específicos, hipótesis de trabajo, justificación y alcances y limitaciones del estudio (Investigación documental).
Capítulo 2 Importancia del turismo, efectos económicos, socioculturales y el sistema turístico	Turismo, tipos de turismo, turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo LGBT, turismo de romance, turismo de salud y el sistema turístico (Investigación documental).
Capítulo 3 Rutas turísticas como productos turísticos, factores detonantes del turismo y elementos para la creación de rutas turísticas	Explicación de rutas turísticas y elementos principales para la creación de rutas turísticas (Investigación documental)
Capítulo 4 Metodología	Este trabajo de investigación es un estudio exploratorio, de tipo mixto, ya que el diseño de la ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango consistió en una investigación documental en donde se recopilaron datos del lugar, obteniendo una tabla de atractivos turísticos del municipio. (Investigación documental).
Capítulo 5 Análisis de la estructura turística de Huauchinango, Puebla como Pueblo Mágico y sus atractivos turísticos	Elaboración de una tabla de atractivos turísticos de Huauchinango y resultados de encuestas realizadas (investigación documental y de campo).
Capítulo 6 Propuesta ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla	Propuesta detallada de la ruta turística, análisis FODA, análisis PESTLE y modelo CANVAS para formular el producto turístico.
Discusión	Conclusiones y recomendaciones

Nota: Elaboración propia

## Capítulo 2

### Importancia del turismo, efectos económicos, socioculturales y el sistema turístico

El turismo es el motor de este trabajo de investigación, por lo tanto, se menciona en este capítulo su definición e importancia, así como los tipos de turismo más populares en México, los efectos que tiene en distintos ámbitos y finalmente el sistema turístico explicado a detalle.

#### 2.1 Importancia del turismo

El turismo desempeña un papel de gran importancia en la economía del estado de Puebla, ya que es un generador de ingresos y empleo. Gracias a su riqueza histórica, arquitectónica, cultural y gastronómica muchos visitantes tanto nacionales como internacionales son atraídos, impulsando el crecimiento del sector y fortaleciendo la imagen de Puebla como destino turístico de renombre.

El turismo se presenta en México como una de las más grandes actividades económicas-sociales activas y transformadoras en distintos ámbitos. Su trascendencia se manifiesta en varias magnitudes que, al fusionarse, favorecen el desarrollo total de las comunidades y regiones, otorgando beneficios en los sectores económico, cultural, social y ambiental. De acuerdo con Mill y Morrison (2002), el turismo “Es la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares distintos de su entorno habitual por no más de un año con fines de ocio, negocios u otros motivos” (p. 1).

El turismo se coloca como un impulsor de desarrollo que acrecienta las fuentes de ingresos en un país o una región. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), esta industria representa aproximadamente el 10 % del Producto Interno Bruto (PIB) global y genera millones de empleos directos e indirectos. La cantidad de turistas promueve la creación de fuentes de trabajo directos en diferentes tipos de industrias, como la hotelería, el transporte, gastronomía, y servicios turísticos, asimismo, para generar empleos indirectos en sectores asociados, como el comercio, la construcción y la fabricación artesanal. Esta creación de empleos no solo enriquecerá la vida de los residentes locales, sino que también estimulará la inversión en infraestructura ya sea pública y privada, beneficiando la construcción de, aeropuertos, centros informativos, carreteras y servicios de seguridad, entre otros. De igual manera, el turismo atrae inversión internacional que puede actualizar industrias e impulsar tecnología e innovaciones en servicios.

También, actúa como un vínculo entre distintas culturas, favoreciendo la interacción y el intercambio entre personas de varios orígenes y tradiciones. El contacto ayuda a la comprensión, el respeto hacia las diferentes culturas y la expansión de tradiciones y conocimientos. De igual manera, la atención que obtienen los lugares de interés natural y cultural propicia estímulos para su correcta valorización y protección. Un gran número de comunidades han entendido que cuidar de su patrimonio ya sea histórico, artístico y natural es, más bien un deber moral, una estrategia real para captar turistas y fortalecer su identidad. Si se transformaran los museos, celebraciones tradicionales, monumentos históricos y áreas naturales en recursos turísticos que, si se administran de manera correcta, pueden colaborar a la educación y a la consolidación del sentido de pertenencia.

El turismo tiene también el potencial de realizar modificaciones sociales en las comunidades que reciben a los visitantes, fomentando el desarrollo humano y la cohesión social. La relación que surge entre residentes y turistas promueve el intercambio de conocimientos y costumbres, lo que puede intensificar el respeto y la tolerancia en sociedades que son numéricamente más variables. Igualmente, el sector turístico constantemente impulsa la formación y el auge de los residentes, facilitándoles tener la posibilidad de capacitación y desarrollo profesional en áreas como la hospitalidad, el emprendimiento y la gestión del turismo. Esto suele darse en comunidades más firmes y capacitadas para desafiar retos sociales y económicos, enriqueciendo la calidad de vida en las áreas de dominio.

En la actualidad, la sostenibilidad se ha convertido una necesidad, el sector turístico debe ser regido de manera consciente. El turismo intenta reducir el efecto sobre el medio ambiente y da preferencia a la sostenibilidad, por ello, se procura proteger los recursos naturales para las futuras generaciones, exhortando prácticas que concilien el progreso económico con la preservación cultural y ecológica. Para que esto sea posible, se va a necesitar tomar acciones, por ejemplo, hacer uso consciente de la energía, tener una apropiada administración de desechos, la conservación de la diversidad y la participación dinámica de las comunidades locales en la administración y ordenación de los lugares turísticos. De esta manera, el turismo se va a convertir en un medio de desarrollo sostenible que va a beneficiar tanto a la economía como al lugar.

## 2.2 Turismo y tipos de turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo actual se define como "un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales o profesionales" (p. 5).

Esta definición se ha diversificado a nuevos enfoques que buscan adaptarse a las demandas de la sociedad.

Para Hunziker y Krapf (1942), pioneros en los estudios turísticos, el turismo es "el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan del viaje y la estancia de personas no residentes, en tanto no se establezca una residencia permanente y no se ejerza una actividad remunerada en el lugar visitado".

En la actualidad un concepto que se ha popularizado es el del turismo sostenible, en el cual se busca tener el menor impacto negativo en el ambiente para beneficiar a las comunidades receptoras del turismo, como afirman Hall y Gössling (2019), "el turismo sostenible se basa en el equilibrio entre el desarrollo económico, la preservación del entorno natural y el respeto por la cultura local" (p. 27).

El turismo es el desplazamiento voluntario a un sitio fuera del lugar de residencia, por un periodo de tiempo definido realizando diversas actividades de acuerdo a sus gustos.

### 2.2.1 Turismo de Naturaleza

Son los viajes que tienen como finalidad realizar actividades recreativas, por lo que es vital estar en contacto directo con la naturaleza con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo de naturaleza se define como aquel que se desarrolla en espacios naturales con el propósito de disfrutar del paisaje, la flora, fauna y la cultura local, promoviendo la sostenibilidad y el respeto por el entorno.

Este tipo de viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres modalidades: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural

- Ecoturismo: En estos viajes se realizan actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma
- Turismo de aventura: Se realizan actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se convive estrechamente en armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico.
- Turismo rural: Son actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

### 2.2.2 Turismo Cultural

La vinculación entre cultura y turismo ha estado presente desde los inicios del turismo. Su principal objetivo es aprender del lugar visitado y disfrutar de su cultura.

El turismo cultural está vinculado con otros tipos de turismo, como el turismo sostenible y el turismo experiencial. El turismo sostenible busca minimizar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente y la sociedad, garantizando que las futuras generaciones puedan seguir disfrutando de los recursos turísticos actuales (Sharpley, 2022). El turismo experiencial enfatiza la participación activa del visitante en las actividades locales, permitiéndole una conexión más profunda con la cultura y el estilo de vida del destino (Pine y Gilmore, 2019).

### 2.2.3 Turismo Gastronómico

La gastronomía se ha vuelto un elemento muy importante de un destino turístico. Se enfoca en la cultura culinaria que ofrece un destino, convirtiéndolo así en una de las motivaciones para viajar y entre las necesidades de los turistas. La oferta gastronómica influye en la elección del destino donde se quiere viajar y en la satisfacción de los turistas. De acuerdo con Hall y Sharples (2008), el turismo gastronómico se define como “El turismo en el que la experiencia culinaria es un motivo central del viaje y una parte fundamental de la experiencia del turista” (p. 10).

### 2.2.4 Turismo LGBT (Turismo Rosa)

Se trata de los viajes realizados por personas dentro de la comunidad LGBTIQ+. Se caracteriza por la aceptación social de un destino para esta comunidad, así mismo es importante la seguridad de la identidad del turista. Es un segmento de población que dispone de un alto poder adquisitivo, ya que en la mayoría de los casos tienen una educación superior, puestos profesionales o directivos.

Según Pritchard et al. (2000), la orientación sexual influye en la elección del destino, ya que las personas LGBT+ tienden a evitar lugares donde puedan enfrentar discriminación o violencia.

#### 2.2.5 Turismo de Romance

Es un tipo de viaje es realizado con un motivo especial en la vida de una pareja, por ejemplo, la formalización de un compromiso, despedida de solteros, bodas de destino, lunas de miel, aniversarios o renovación de votos. De acuerdo con Rodríguez y Pérez (2021), las parejas buscan experiencias únicas que combinen lujo, naturaleza y cultura, lo que ha llevado a los destinos a diversificar su oferta y adaptarse a las nuevas tendencias.

#### 2.2.6 Turismo de Salud

Se refiere a aquellos viajes cuya principal motivación es mejorar la salud o el bienestar. Hay personas que viajan a otras ciudades, países o continentes para recuperar su salud y someterse a tratamientos o simplemente asistir a consultas.

Según Connell (2013), la diferencia de costos en procedimientos médicos entre países desarrollados y en desarrollo ha generado un crecimiento exponencial en el número de pacientes internacionales que buscan atención médica en el extranjero. En países como India, Tailandia y México, la combinación de infraestructura hospitalaria avanzada y precios accesibles ha posicionado a estas naciones como destinos líderes en turismo médico (Lunt et al., 2011).

### 2.3 Efectos económicos, sociales y de medio ambiente en el turismo

Como cualquier otro sector, el turismo puede tener efectos económicos tanto positivos como negativos y esto va a influir en la transformación de la región.

Por el lado positivo se encuentra la generación de empleos para la comunidad local y estos pueden ser en distintos sectores (restaurantes, hoteles, guías turísticos, transportación, entre otros), evidentemente los ingresos de la comunidad aumentarán, incrementando de esta manera la recaudación de impuestos lo cual resultará de manera favorable para financiar los servicios públicos. La eficiencia que el turismo aporta en la comunidad va a abrir paso al desarrollo y a nuevas ofertas comerciales y culturales de la localidad.

En el aspecto negativo, se puede generar una dependencia hacia el sector turismo, por lo cual se expone a tener una economía vulnerable a variaciones en la demanda. Algunos de los productos

que se comercializan son de importación y son necesarios para sostener la actividad turística, por lo tanto, se generan divisas.

En el caso de los efectos sociales el turismo de igual manera tiene efectos sociales en las localidades receptoras y pueden ser positivos o negativos, dependiendo el desarrollo que tenga el sitio.

Al dejar una derrama económica en la comunidad receptora, la demanda de bienes y servicios aumenta lo que va a beneficiar a los negocios pequeños y a impulsar el emprendimiento local. El contacto constante que hay entre visitantes y locales va a favorecer al intercambio de conocimientos, costumbres y tradiciones y así fomentar el sentido de identidad de la región visitada y favoreciendo al patrimonio cultural.

Si la demanda turística aumenta, es más probable que se realicen inversiones en la infraestructura, por ejemplo, la mejora de carreteras y calles, más y mejores medios de transporte, así como servicios básicos de salud y seguridad, esto va a favorecer tanto a los residentes a aumentar su calidad de vida y a los visitantes para hacer más agradable su estancia.

Entre los aspectos negativos podemos destacar que la masificación turística puede generar la congestión de los lugares y alterar la armonía y ritmo de vida de los residentes lo que podría provocar que haya un descontrol en el sector turístico gentrificando el lugar y posiblemente elevando los precios de bienes y servicios.

En algunas ocasiones y por querer encajar con los gustos y expectativas de los turistas, la comunidad receptora opta por la comercialización de tradiciones y manifestaciones culturales, provocando una pérdida de identidad y cultura local.

En el caso de los efectos culturales la cultura de un sitio es de vital importancia para darle identidad y destacarlo de otros lugares, por ello es crucial conocer cuáles son sus efectos, tanto positivos como negativos.

El contacto entre locales y visitantes va a favorecer el intercambio de información del lugar como tradiciones, costumbres, conocimientos, lenguas, etc. enriqueciendo culturalmente la visita del turista.

Debido a la demanda de turistas, los residentes optan por activar la oferta cultural realizando eventos, ferias o festivales, dando oportunidad a artistas y artesanos locales de exhibir su arte para comercializarlo entre los visitantes

La afluencia de turistas va a incentivar para generar recursos para la protección y mejora de sitios del patrimonio del lugar, ya que se deberán conservar en buen estado para los visitantes. Asimismo, se podrán fortalecer programas y políticas entre el sector turístico y cultural.

La comunidad receptora se enfrenta a desafíos en la gestión de la cultura, ya que es importante que las autoridades propongan estrategias para una sostenibilidad adecuada que proteja la preservación del patrimonio cultural.

#### 2.4 El Sistema turístico

El sistema turístico es concebido por Boullon (2004. p. 31) como “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre”.

Según Boullon para poner en marcha el sistema deben enlazarse la oferta y la demanda turística por medio del producto turístico junto con la infraestructura se formará la estructura de producción.

La demanda turística se refiere a las personas que desean viajar y hacen uso de instalaciones turísticas y servicios ofrecidos, lejos de su lugar de residencia.

Debe tener alta calidad en sus productos y servicios para satisfacer las necesidades del cliente, y así promover el consumo. Uno de sus objetivos es comprender la actividad turística desde el punto de la economía.

- Demanda efectiva: Hace referencia al número de personas que participan en actividades turísticas y este tipo de grupos se miden y se ven reflejados en estadísticas mundiales.
- Demanda no efectiva: Se refiere a la población que no realiza viajes por ningún motivo. Dentro de estos grupos también está la demanda potencial y es cuando las personas desean viajar a futuro o cuando esté dentro de sus posibilidades; la demanda diferida se refiere a las personas que no viajan por problemas en el entorno o bien en la oferta.
- No demanda: Es el grupo de personas que no desean viajar.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado, está integrada por elementos que son atractivos para un turista al visitar un lugar.

Sus componentes son:

- Recursos turísticos: se busca una diferencia entre atractivo turístico (lo que le gusta al turista) y actividades turísticas (lo que puedes visitar en el lugar).
- Planta turística: es la que facilita la estancia del turista en el lugar y se le brindan los servicios que se requieren (alojamiento, transporte, alimentación...).

La oferta turística debe vender bienes y servicios que sean demandados por los turistas.

El producto turístico es un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer necesidades del turista (Miguel A. Acerenza)

Está conformado por los siguientes elementos:

- Atractivos turísticos: Es un conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser convertidos en producto turístico.
- Infraestructura y equipamiento: Proporcionan bienes públicos que satisfacen una necesidad fundamental, por ejemplo, instalaciones, estructuras, redes, sistemas o equipos.
- Planta turística y servicios turísticos: Es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de servicios de alojamiento, restauración, etc. (De la Torre, 2003).
- Imagen y elementos simbólicos:

Según Boullón (2006. p.47), la infraestructura turística es el conjunto de bienes y servicios que permiten el desarrollo de la actividad turística, y que se caracterizan por ser duraderos, indivisibles y de uso común.

- Infraestructura dura: Es todo aquel aspecto en cuanto a lo material o físico de la infraestructura, por ejemplo, autopistas, puentes, fábricas y aeropuertos.
- Infraestructura blanda: Son los beneficios que dan las personas e instituciones a la infraestructura, esto para optimizar el correcto funcionamiento

- Infraestructura crítica: Son los requerimientos necesarios para el correcto funcionamiento y se toma importancia a sabotajes que puedan poner en riesgo la seguridad del Estado.
- Infraestructura urbana: Está formada por distintos servicios que permiten que su funcionamiento sea el correcto. Entre estos servicios están el transporte público, la recolección de basura, el alcantarillado, la iluminación y la seguridad pública.
- Infraestructura económica: Son todas aquellas instalaciones que producen bienes y realizan actividades productivas para el país. Un ejemplo es el transporte marítimo, las telecomunicaciones, energía, entre otros.
- Infraestructura militar: Son todas las instalaciones donde se realizan situaciones militares. Los cuarteles, bases aéreas, depósitos de armas y municiones, instalaciones marítimas, son ejemplos de infraestructura militar.
- Infraestructura de redes: Son los recursos que una empresa utiliza para uso de servicios de telecomunicaciones y de internet. En ella se incluyen computadoras, software, hardware, sistemas operativos, cableado, etc.
- Infraestructura turística: Son las instalaciones e instituciones que establecen bases materiales para el incremento del turismo.

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y transformar, cuando sea necesario el movimiento de cada una de las partes del sistema, así como ajustar sus relaciones para favorecer la producción y venta de servicios que componen el producto turístico.

## Capítulo 3

### **Rutas turísticas como productos turísticos, factores detonantes del turismo y elementos para la creación de rutas turísticas**

Este capítulo tiene como finalidad conocer sobre las rutas turísticas y los principales elementos por las cuales están compuestas, obteniendo un listado de los elementos más importantes y los que se integraron en este proyecto para la creación de una nueva ruta turística. De igual manera se incluyen conceptos de productos turísticos y las principales herramientas para diseñar una ruta turística como lo son la matriz FODA, análisis PESTLE y modelo CANVAS.

#### 3.5 Rutas turísticas

Boullón define la ruta turística como “un itinerario que enlaza diversos atractivos turísticos con un hilo conductor, ya sea cultural, histórico, geográfico o temático, que permite estructurar y ordenar el territorio para su aprovechamiento turístico” (Boullón, 2006).

Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre.

López-Guzmán Guzmán, y Sánchez Cañizares, (2008) señalan que las rutas turísticas se definen como una propuesta o una oferta de un producto turístico que consiste en la planificación de visitas de lugares de interés en los que se realizan actividades dentro de un tiempo establecido. Las visitas predefinidas y guiadas por un experto, permiten que el turista pueda desenvolverse mejor en los destinos, a su vez, obtienen información útil, de lo contrario no podrían acceder de los parajes y los destinos visitados.

Molina y Parra (2013) definen la ruta turística como “un recorrido planificado que integra atractivos turísticos, servicios complementarios y actividades específicas, con el objetivo de ofrecer una experiencia significativa y diferenciada al visitante”.

Después de analizar los conceptos de rutas turísticas de los autores anteriormente mencionados, una ruta turística es entonces un recorrido guiado con un itinerario establecido, que se realiza

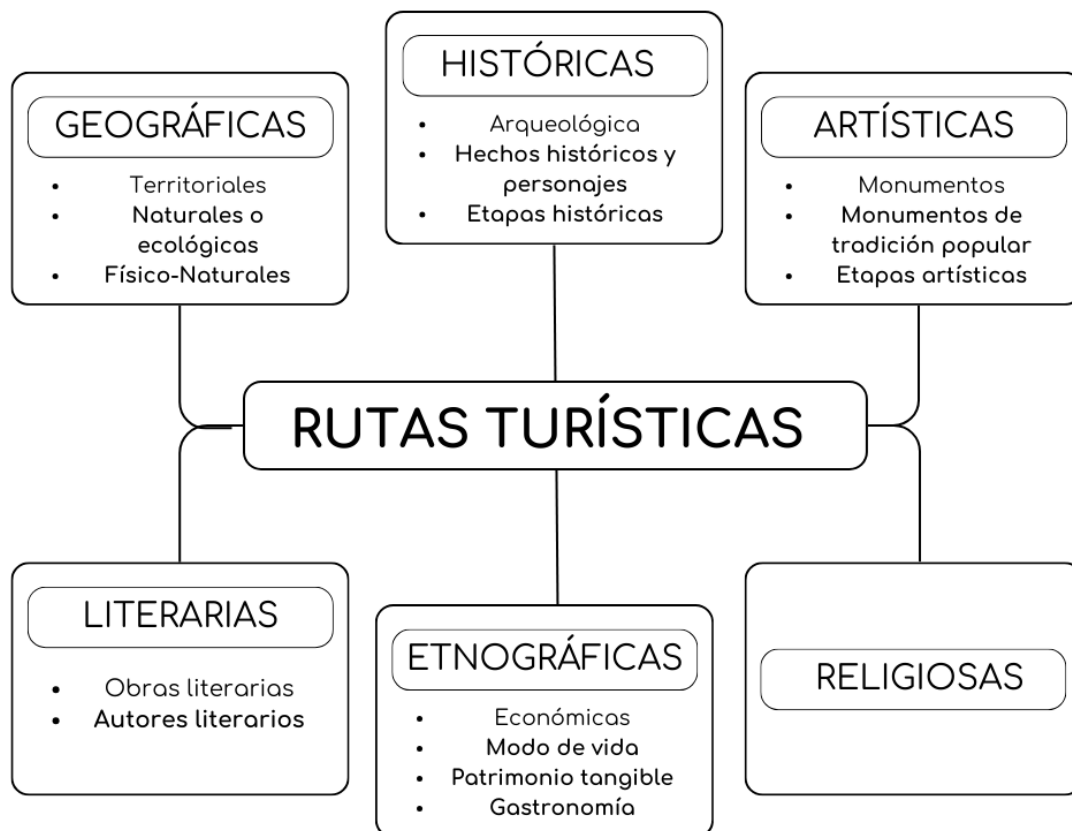
visitando y conociendo atractivos turísticos ubicados en zonas de alto potencial turístico, normalmente cuenta con todas las facilidades y comodidades para el turismo.

### 3.6 Tipos de rutas turísticas

A continuación, se muestra en la siguiente figura los tipos de rutas turísticas. Véase figura 1:

**Figura 1.**

*Tipos de rutas turísticas*



Nota: Elaboración propia a partir de Calderón, 2018.

### 3.7 Elementos básicos para diseñar rutas turísticas

El diseño de una ruta turística implica la integración de diversos elementos que garantizan una experiencia enriquecedora para los visitantes y el desarrollo equilibrado del destino. Para lograrlo es esencial considerar aspectos como la selección de atractivos, la accesibilidad, la infraestructura, la logística y la promoción (García y López, 2020).

Según Cárdenas-García et al. (2015), los recursos naturales y culturales son eje central para atraer turistas, ya que generan interés y diferenciación en el mercado. Los principales elementos detonantes del turismo en una ruta turística son los atractivos turísticos, la infraestructura y los servicios turísticos.

La creación correcta de rutas turísticas es un proceso clave para que los viajeros obtengan experiencias inolvidables, por ello, es fundamental que se tengan en cuenta diversos puntos que van a garantizar la satisfacción de los visitantes, así como la sostenibilidad del lugar, diversos autores han identificado los principales elementos para la elaboración de una ruta turística, los cuales se enlistan en la siguiente tabla. Véase tabla 2:

**Tabla 2.**

*Elementos de una ruta turística según diversos autores*

<b>Autor</b>				
Boullón, 1997	OMT, 2020	Gunn, 1994	Barrios Salas, 2013	Nélida Chan, 2005
<b>Elementos</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos turísticos (naturales, culturales)</li> <li>- Infraestructura (vías de acceso)</li> <li>- Equipamiento turístico (hospedaje, alimentos)</li> <li>- Superestructura (instituciones de gestión)</li> <li>- Flujo turístico (movilidad de visitantes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atractivos turísticos</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Servicios turísticos y de apoyo</li> <li>- Capital humano del sector turístico</li> <li>- Planificación y gestión del destino</li> <li>- Imagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos físicos (atracciones, acceso)</li> <li>- Servicios y facilidades (hospedaje, alimentos)</li> <li>- Elementos sociales (interacción local)</li> <li>- Organización y gestión (planificación de la ruta)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medición de tiempos: su fin es poder coordinar de forma adecuada alguna actividad, almuerzo u otra solicitada por los visitantes.</li> <li>- Evaluación de facilitación turística</li> <li>- Difusión del circuito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacio concreto</li> <li>- Patrimonio natural o cultural</li> <li>- Temática</li> <li>- Capacidad de innovación</li> <li>- Actividades a realizar</li> <li>- Precio</li> </ul>

Nota: Elaboración propia a partir de: Boullón, 1997; OMT, 2020; Gunn, 1994; Barrios

Salas, 2013 y Nélida Chan, 2005

Acorde a los elementos identificados para la elaboración de rutas turísticas para los fines de este trabajo de investigación y el diseño de la ruta turística para Huauchinango, Puebla se seleccionaron los siguientes elementos como los necesarios:

- Recursos turísticos
- Infraestructura y accesibilidad
- Servicios turísticos y superestructura
- Señalización y promoción
- Experiencia que tendrá el visitante e interacción con locales
- Tiempo
- Precio
- Tipo de circuito
- Difusión del circuito

### 3.7.1 Atractivos turísticos

Un atractivo turístico es un lugar, objeto o acontecimiento que atrae el interés de los turistas y los motiva a visitar un destino. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define a un atractivo turístico como un elemento que, combinado con otros recursos, puede generar desplazamientos turísticos.

Podemos clasificar a los atractivos turísticos de la siguiente manera:

#### - Atractivos Naturales

Paisajes: playas, ríos, bosques, montañas, desiertos.

Fenómenos naturales: cascadas.

#### - Atractivos artificiales

Eventos deportivos: partidos de fútbol (como mundiales), juegos olímpicos

Edificios simbólicos: palacios, rascacielos, catedrales

Parques temáticos: zoológicos, parques acuáticos, parques de aventura y atracciones

#### - Atractivos experienciales

Aventura: rafting, senderismo, escalada de montaña

Compras: centros artesanales y comerciales, mercados, tiendas

Gastronomía: rutas gastronómicas, mercados locales, restaurantes

- Atractivos culturales

Museos: museos de arte, historia, pinacotecas, bibliotecas

Festivales: fiestas populares, eventos culturales, celebraciones religiosas

Sitios históricos: monumentos, ciudades coloniales, zonas arqueológicas

Los atractivos turísticos son un elemento fundamental para un sitio, ya que, al atraer turismo, se generan empleos, ingresos y se va a promover la conservación del patrimonio, tanto natural como cultural. De esta manera, se va a favorecer a la comunidad receptora y su calidad de vida al impulsar una inversión en los servicios e infraestructuras.

### 3.7.2 Infraestructura turística

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la infraestructura turística comprende el conjunto de elementos materiales e inmateriales que permiten el desarrollo de la actividad turística. Esto incluye tanto las instalaciones físicas (como hoteles, restaurantes, aeropuertos, carreteras) como los servicios (como transporte, comunicaciones, energía, agua).

Son las instalaciones e instituciones que establecen bases materiales para el incremento del turismo. Page y Connell (2019) señalan que la existencia de una red de transporte eficiente, una correcta señalización y servicios básicos de calidad son indispensables para que una ruta sea atractiva.

Este tipo de estructuras favorecen el desarrollo del turismo, tanto económicamente como cultural, ya que se da a conocer el lugar y al recibir turistas, la economía se eleva. Para ello, se requieren servicios públicos como los que se describen a continuación:

- Turismo en la salud: Se refiere a que los turistas tienen el derecho de tener servicios de salud como hospitales, clínicas y centros de salud para gozar de perfecta salud durante su estancia.

- Comunicación: Al lugar que sea visitado debe contar con comunicación, por ejemplo, teléfono fijo, medios de difusión, internet, ya sea público o privado.
- Transporte: Algo muy importante es la movilidad del turista se necesita transporte ya sea por tierra, aire o agua para cubrir las necesidades y llevar al turista al lugar de agrado
- Agua: Es una de los recursos más importantes en el turismo ya que cuando un turista se hospede en un hotel debe tener servicio de agua potable para aseo y para tomar.
- Energía eléctrica: Es esencial para el funcionamiento de servicios turísticos se utiliza para la iluminación, elevadores, albercas, restaurantes, entre otros.
- Seguridad pública: El objetivo de la seguridad es mantener a salvo a los turistas manteniéndolos seguros y protegidos, esto mejora la calidad de su servicio e incrementa la satisfacción del turista. Deben brindar información sobre sitios seguros, lo que le permitirá al turista conocer lugares.

### 3.7.3 Servicios turísticos

Según Acerenza (2010), los servicios turísticos son el conjunto de elementos intangibles que se ofrecen a los turistas para crear una experiencia turística satisfactoria. Estos servicios se caracterizan por ser heterogéneos, perecederos y producidos y consumidos simultáneamente.

Estos servicios están diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas y que así logren cumplir las expectativas de su viaje, convirtiéndolo en una experiencia única.

Entre los servicios turísticos más importantes podemos destacar el alojamiento, transporte, actividades recreativas, guías turísticos y la alimentación; estos servicios son ofrecidos por distintos proveedores, como son agencias de viaje, hoteles, restaurantes, empresas de transportación o guías turísticos.

#### 3.7.4 Clasificación de los servicios turísticos:

- Servicios de alojamiento: Hoteles, hostales y pensiones, campings, departamentos, albergues.
- Servicios de restauración: Restaurantes, bares, cafeterías, fast food
- Servicios de transporte: Transporte terrestre (autobuses, autos, taxis, trenes), transporte marítimo (barcos, ferris, cruceros), transporte aéreo (vuelos en avión, jet, avionetas)
- Servicios de información turística: Oficinas de turismo, guías turísticos profesionales.
- Servicios de agencia de viajes: Agencias minoristas, mayoristas u online.
- Servicios de entretenimiento y ocio: Espectáculos, museos, parques temáticos, actividades deportivas.

#### 3.8 Rutas turísticas como producto turístico

La creación de una ruta turística es el resultado de un recorrido planificado estratégicamente para ofrecer a los visitantes una experiencia única en donde se visiten lugares destacados de un sitio determinado ya sean naturales, históricos o culturales, son diseñadas principalmente para mostrar los atractivos de dicho lugar y que sea reconocido por los visitantes finalmente se trata de un producto turístico, ya que engloba diversos elementos.

Boullón (1997) considera la ruta turística como una unidad de planificación que permite la gestión conjunta de recursos turísticos. El autor sostiene que una ruta debidamente estructurada puede ser comercializada como un solo producto, lo cual facilita su promoción.

##### 3.8.1 Elementos de un producto turístico

Según la definición de ONU Turismo, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital”.

Los principales elementos para la creación de un producto turístico pueden ser recursos ya sean naturales o culturales, servicios, infraestructura, superestructura y actividades para los turistas, en conjunto todos estos elementos tienen la finalidad de satisfacer las necesidades de los turistas dándoles una experiencia única en su visita.

### 3.9 Análisis PESTLE para el análisis de productos turísticos

Según Johnson, Scholes y Whittington (2006), el análisis PESTLE es un instrumento que permite examinar “las fuerzas del entorno general que afectan a una organización en términos de oportunidades y amenazas” (p. 72). Su propósito es anticipar cambios externos que podrían afectar las estrategias o el desempeño organizacional.

Las seis dimensiones del análisis PESTLE son:

- Políticos (P): Estabilidad gubernamental, políticas fiscales, comercio exterior, regulaciones.
- Económicos (E): Inflación, tipos de cambio, crecimiento económico, desempleo.
- Socioculturales (S): Demografía, valores sociales, nivel educativo, estilos de vida.
- Tecnológicos (T): Innovaciones, cambios tecnológicos.
- Legales (L): Leyes laborales, regulaciones de consumo, leyes de competencia.
- Ecológicos (E): Normas ambientales, sostenibilidad, cambio climático.

Este análisis es una herramienta esencial para entender el entorno externo en el que las organizaciones se ejecutan, ya que al determinar los seis factores primordiales va a permitir tomar un dictamen estratégico con un cimiento bien planteado y de esta manera prevenirse ante posibles circunstancias en el futuro.

#### 3.9.1 Matriz FODA

Según Kotler y Keller (2012), la matriz FODA es “una herramienta estructurada para evaluar los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que pueden afectar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de una organización” (p. 105).

Podemos decir entonces que, es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de una organización a partir del análisis de cuatro variables con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio.

Variables de la Matriz FODA:

- Fortalezas: Es algo en lo que la organización es competente, manteniendo un alto nivel de desempeño generando beneficios.
- Oportunidades: Son aquellas circunstancias que son favorables para la organización pueden ser utilizadas para alcanzar o superar los objetivos.
- Debilidades: Significa una deficiencia o carencia en lo que la organización tiene bajos niveles de desempeño.
- Amenazas: Factores del entorno que ponen en riesgo el logro de los objetivos establecidos de la organización.

El análisis FODA es utilizado en estudios turísticos como una herramienta poderosa que ayuda a plantear estrategias que mejoren la situación de las empresas, destinos turísticos y productos turísticos.

El empleo del análisis FODA y PESTLE en la creación de productos turísticos será una herramienta indispensable para entender el estado de un destino, prever riesgos, localizar oportunidades y fijar estrategias positivas de desarrollo. Estas herramientas van a ayudar a mejorar la calidad del producto, así como a incrementar su competitividad en un entorno cada vez más innovador.

### 3.9.2 Matriz CANVAS como guía para el diseño de productos turísticos

Según Osterwalder y Pigneur (2010), el modelo Canvas es “una plantilla visual compuesta por nueve bloques que muestran la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor” (p.14).

Esta herramienta permite representar gráficamente todos los elementos clave de un modelo de negocio en una sola hoja, lo que facilita la comprensión y comunicación del proyecto.

La matriz de Canvas de Osterwalder y Pigneur, se divide en nueve bloques:

- Propuesta de Valor: Describe los productos y servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Su objetivo es solucionar problemas o satisfacer necesidades de una forma única y diferente al resto.

- Segmentos de Clientes: Hace referencia a las personas o empresas que la empresa busca servir. Es esencial para comprender a quién va dirigido el producto o servicio ofrecido.
- Canales: Se detalla cómo la empresa otorga su propuesta de valor a los clientes, incluye los métodos de comunicación, distribución y venta, y es vital para ratificar que el producto o servicio llegue de manera adecuada al mercado.
- Relaciones con los clientes: Es la relación de la interacción entre la empresa con sus clientes, incluyendo la forma de atraer, retener y aumentar su lealtad. Puede involucrar desde atención personalizada hasta servicios automáticos.
- Flujos de Ingresos: Incluye las fuentes de ingresos de la empresa y todas las formas en que genera dinero, como ventas directas, suscripciones, licencias o publicidad, es un componente esencial para garantizar la facilidad económica del modelo de negocio.
- Recursos clave: Son los activos más importantes que la empresa necesita para funcionar y entregar su propuesta de valor, estos recursos son necesarios para el desarrollo y mantenimiento del modelo de negocio.
- Actividades Clave: Son las tareas y procesos más importantes que la empresa debe realizar para que su modelo de negocio funcione, comprende la producción, marketing, la investigación y el desarrollo de nuevos productos.
- Socios Clave: Alianzas y relaciones estratégicas que la empresa establece con otras organizaciones para llevar a cabo su modelo de negocio.
- Estructura de Costos: Son los costos asociados a la operación del modelo de negocio, incluye todos los gastos relacionados con los recursos, las actividades y las alianzas clave. Es crucial para gestionar la rentabilidad y sostenibilidad financiera (Osterwalder y Pigneur 2011).

La flexibilidad y enfoque de este modelo, lo convierten en una técnica ideal para emprendedores, gestores de proyectos y profesionales del turismo que buscan planificar y comunicar ideas de forma efectiva.

## **Capítulo 4**

### **Metodología**

Este trabajo de investigación es un estudio exploratorio, de tipo mixto, ya que el diseño de la ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango consistió en una investigación documental en donde se recopilaron datos del lugar, obteniendo una tabla de atractivos turísticos del municipio, así como conceptos descritos detalladamente para comprender el contexto y cómo llevar a cabo correctamente el diseño de una ruta turística.

Por otra parte, dentro de la investigación documental se elaboró un inventario con los principales establecimientos del municipio como alojamientos, restaurantes, cabañas y servicio de transporte.

La investigación de campo consistió en 2 encuestas: una aplicada a la población local y otra para conocer el perfil del visitante además de una entrevista a personas clave del municipio expertos en turismo.

La encuesta a la población local consistió de 10 preguntas, las cuales recopilaban datos acerca de cuáles son los atractivos de Huauchinango, cómo les gustaría la ruta y los beneficios que ésta traería para el municipio. Se realizó la encuesta a 130 personas (muestra no probabilística) en el mes de mayo, obteniendo resultados favorables de la población para la implementación de esta nueva ruta.

Para el perfil del visitante, se obtuvo una muestra de aproximadamente 150 personas (muestra no probabilística) y la encuesta consistía de 20 preguntas donde obtuvimos datos como su año de nacimiento, el lugar de residencia, qué lugares visitaron en el Pueblo Mágico y si le gustaría que se implementara una nueva ruta turística. Las encuestas y la entrevista fueron realizadas en los meses de junio a septiembre de 2025.

Finalmente se realizó un análisis PESTLE, una matriz FODA y con la información recabada se aplicó el modelo CANVAS todo esto para analizar los datos del municipio y saber cuál es la factibilidad del diseño de una ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, ruta que se diseñó considerando la información recopilada y analizada.

## **Capítulo 5**

### **Análisis de la estructura turística de Huauchinango, Puebla como Pueblo Mágico y sus atractivos turísticos**

Se considera que la finalidad de este capítulo es identificar y describir las características del Pueblo Mágico de Huauchinango que permita la realización del diseño de la ruta, se proporcionan datos importantes de municipio iniciando por sus antecedentes, así como datos sociodemográficos y estructura turística en donde se muestran detalles de los lugares más emblemáticos de este bello sitio.

El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (Sectur, 2016).

Huauchinango es un municipio ubicado en el estado de Puebla, nombrado en 2015 Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo, conocido por su rica historia, su hermoso entorno natural y su vibrante cultura.



La interpretación heráldica es: "De sable cuyo único mueble es un león rampante de oro". Véase figura 3:

**Figura 3.**

*Escudo de Huauchinango*



Nota: La figura muestra el escudo de Huauchinango, Puebla, símbolo de historia, valor e identidad para los huauchinanguenses

Fuente: H. Ayuntamiento de Huauchinango 2024

### 5.3 Orografía

La orografía de Huauchinango se caracteriza por la presencia de la sierra de Puebla, la cual incluye elevaciones importantes como el Pico de Orizaba, Popocatepetl y el Iztaccíhuatl. La ciudad de Huauchinango se encuentra a una altitud promedio de 1,500 metros sobre el nivel del mar y se enmarca por valles y cañadas que conforman el paisaje.

### 5.4 Hidrografía

La región de Huauchinango está surcada por diversos ríos y arroyos, siendo el más importante el río Necaxa, el cual tiene su nacimiento en la sierra de Puebla. Otros ríos importantes son el río

Tecantepec y el río Tecolutla, los cuales tienen una gran importancia en la economía y el turismo del municipio. Además, la presa de Tenango juega un papel importante en el abastecimiento y regulación del agua para la zona.

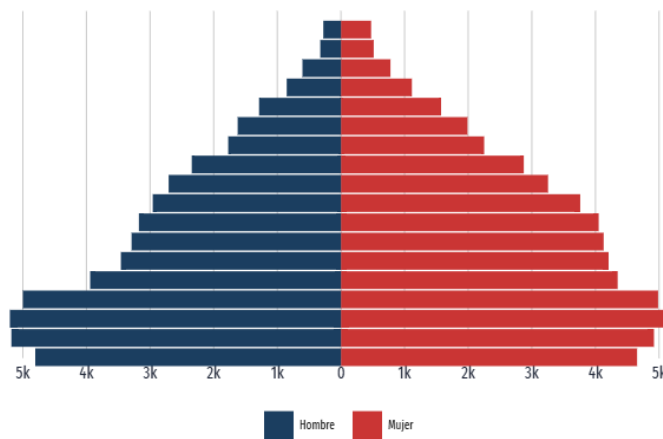
### 5.5 Población

La población total de Huauchinango en 2020 fue 103,946 habitantes, siendo 53% mujeres (55,128) y 47% hombres (48,818),

Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (10,440 habitantes), 5 a 9 años (10,100 habitantes) y 15 a 19 años (9,983 habitantes). Entre ellos concentraron el 29.4% de la población total (INEGI, 2020). Véase gráfica 1:

**Gráfica 1**

*Población de Huauchinango*

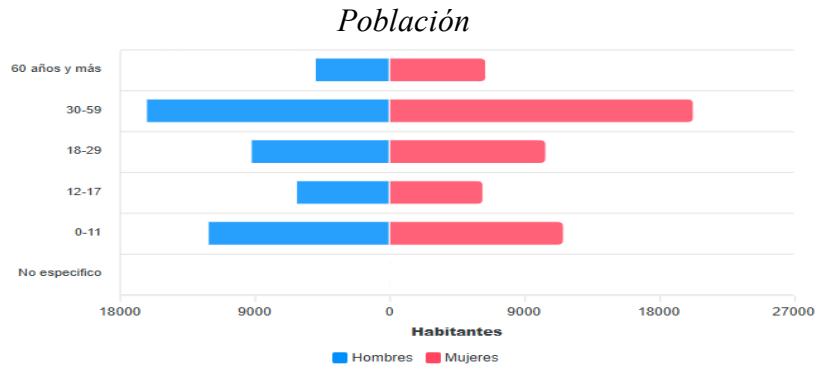


Nota: La gráfica muestra la distribución de la población total de Huauchinango, Puebla, INEGI, 2020

## 5.6 Datos sociodemográficos

- Población. Véase gráfica 2:

**Gráfica 2.**



Nota: La gráfica muestra la población en el municipio de Huauchinango clasificados en distintos rangos de edad

Fuente: SPF. Subsecretaría de Planeación; Dirección de Estadística e Información; Elaboración con base en datos proporcionados por el INEGI; Censos de Población y Vivienda, 2020

- Población indígena. Véase figura 4:

**Figura 4.**

*Población Indígena*

Población que habla alguna lengua indígena	Población que habla lengua indígena y no habla español
19,744	415

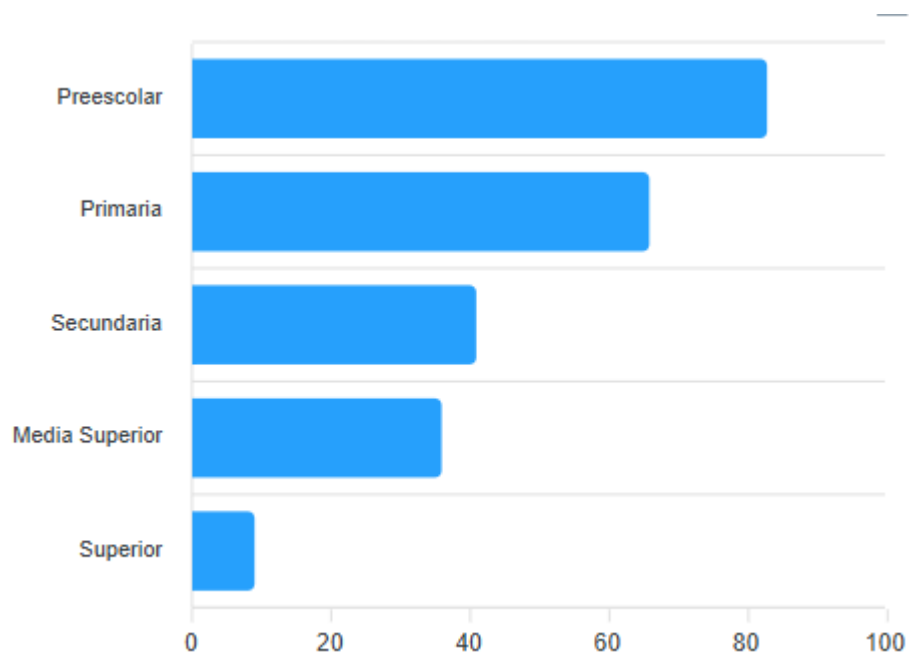
Nota: La figura muestra el número de personas que hablan una lengua indígena en el municipio de Huauchinango. Fuente: SPF. Subsecretaría de Planeación; Dirección de Estadística e Información; Elaboración con base en datos proporcionados por el INEGI; Censos de Población y Vivienda, 2020

- *Educación*

Escuelas totales por nivel educativo, ciclo escolar 2022-2023. Véase gráfica 3

**Gráfica 3.**

*Escuelas*



Nota: La gráfica muestra el número total de escuelas clasificadas por nivel educativo que se encuentran en el municipio de Huachinango, Puebla. Fuente: SEP. Sistema Interactivo de Consulta Estadística Educativa, Ciclo escolar 2022-2023

- Espacios Culturales. Véase figura 5:

**Figura 5.**

*Espacios Culturales*

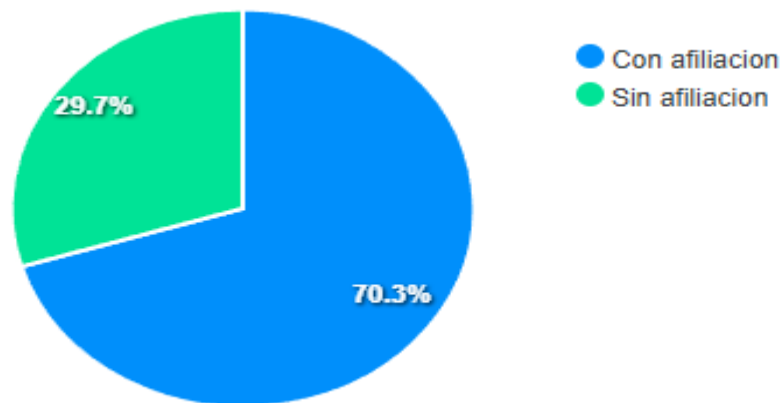
Casas de cultura	1
Bibliotecas	23
Museos	0
Casas de Artesanías	0

Nota: La figura muestra los espacios culturales con los que cuenta el municipio de Huauchinango, Puebla Fuente: Secretaría de Cultura. Sistema de Información Cultural, 2023

- Salud. Véase gráfica 4:

**Gráfica 4.**

*Porcentaje de la población afiliada al servicio de salud*



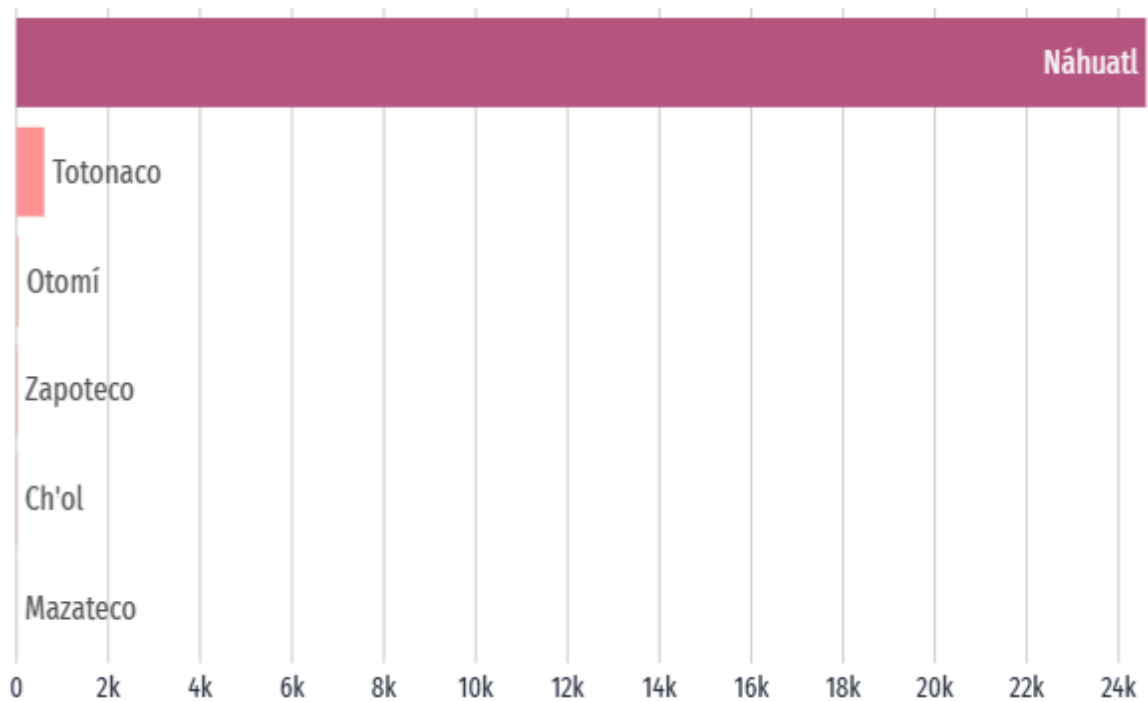
Nota: La gráfica muestra los porcentajes de las personas que se encuentran afiliadas y no afiliadas a servicios de salud en el municipio de Huauchinango, Puebla. Fuente: SPF. Subsecretaría de Planeación. Censos de Población y Vivienda, 2020.

- Lengua indígena

La gráfica muestra las principales lenguas indígenas habladas por la población de Huauchinango, las cuales son Náhuatl (24,595 habitantes), Totonaco (606 habitantes) y Otomí (44 habitantes). Véase gráfica 5:

**Gráfica 5.**

*Lenguas Indígenas*



Nota: Censo INEGI, 2020

## 5.7 Estructura turística del municipio

### - *Hospedaje*

Según informes de la Secretaría de Turismo, el Municipio de Huauchinango cuenta con un total de 695 establecimientos de hospedaje; los cuales son hoteles de categoría 2, 3 y 4 estrellas, empresas de cabañas y hoteles sin categoría; esta oferta es variada y puede llegar a saturarse, sobre todo en las fechas de festividades y vacaciones (SECTUR, 2020). A continuación, se presenta una tabla con los hoteles más representativos del municipio de Huauchinango. Véase tabla 3:

**Tabla 3.**

### *Alojamiento*

<b>Hotel</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>
Villa de Cortez	Mina 3, Col. Centro	4 estrellas
Mi Lindo Huauchinango	Leona Vicario # 52 Col. Centro	3 estrellas
Forest	Carretera libre México – Tuxpan km 196	3 estrellas
Casa Real	Cuauhtémoc #7 Col. Centro	3 estrellas
Yekkan	Carretera Pachuca –Tuxpan	3 estrellas
Rex	Av. Revolución 21, Barrio de San Juan	3 estrellas
Mesón del Portal	Portal Hidalgo 1, Col. Centro	2 estrellas
El Descanso	Boulevard Bicentenario 6, Colonia Morelos	2 estrellas
Los Rosales	Aquiles Serdán 18, Colonia el Potro	2 estrellas
Guerrero	Hidalgo 46, Col. Centro	2 estrellas
Villa Real	Distrito Catalina 91, Col. Sección 39	2 estrellas
Hola	Calle Rafael Cravioto #2D, Col. Centro	2 estrellas
Xochicalli	Linda Vista 2, Barrio de Tlacpac, Tenango de las Flores	2 estrellas

Nota: Elaboración Propia con base en observación y visita de campo

Entre el hospedaje que ofrece el municipio de Huauchinango, podemos destacar las cabañas, a continuación, se presenta el listado de las más sobresalientes. Véase tabla 4:

**Tabla 4.**

*Cabañas*

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Servicios</b>
Cabañas Tzahuinco	Tzahuinco, Tenango de las Flores	Ecoturística	-Restaurant (cocina campestre tradicional) -Servicio a la habitación -Tv cable -Temazcal / Masajes terapéuticos -Paseos -Estacionamiento
Michú	Hidalgo esquina camino Real Michuca	Agro turístico	-Restaurante (cocina regional) -Estacionamiento -Servicio a la habitación -Spa -Salón para eventos -Tv cable
Buena Vista	Carretera Huauchinango-Naupan km. 12	Eco turístico	-Alimentos -Paseos
La Venta	Carretera Federal km 132, Venta Grande	Eco turístico	- Restaurante -Tirolesa - Pesca de trucha - Cabañas - Senderismo - Asadores - Camping
Eco-Aventura Las Pozas	Carretera México-Tuxpan km, Venta Grande	Eco turístico	-Restaurante -Asadores - Estacionamiento - Camping -Renta equipo para pesca -Caminatas

Nota: Elaboración Propia con base en observación y visita de campo

- *Restaurantes y bares*

Con base en datos del municipio de Huauchinango se ofrece una oferta variada de restaurantes, clasificando los servicios en alimentos regionales, típicos, cocina mexicana, entre otros, lo cual destaca la esencia de identidad gastronómica con el que cuenta.

A continuación, se muestra un listado con los establecimientos más emblemáticos de alimentos y bebidas del municipio de Huauchinango. Véase tabla 5:

**Tabla 5.**

*Restaurantes y bares*

<b>Restaurante</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>
Campestre Las Truchas	Carretera México-Tuxpan	Especialidad en preparación de truchas
Pescados y mariscos Karlos	Leona Vicario 19 Col Centro	Especialidad Pescados y Mariscos
Pescados y mariscos Tizoc	Linda vista 1, Barrio Tlapac Tenango de las Flores	Especialidad Pescados y Mariscos
Mi Lindo Huauchinango	Leona Vicario # 52 Col. Centro	Gastronomía Mexicana y regional
El Lago	Carretera Federal México- Patoltecoya	Gastronomía regional
Real de San Miguel	Carretera México-Tuxpan km 105, San Miguel Acuatla	Gastronomía regional
El Mirador	Carretera México-Tuxpan km 195. Patoltecoya	Gastronomía regional
Campo Nuevo	Carretera México-Tuxpan km 10	Gastronomía Internacional y Mexicana
La Traviata	Rayón 54 Col. El Paraíso	Gastronomía Internacional
Campestre Darlú	Carretera México -Tuxpan	Gastronomía Mexicana y regional

Campestre Los Arcos	Carretera México-Tuxpan km.195	Gastronomía regional
La Casona	Hidalgo #5, Colonia Centro	Gastronomía Internacional y Mexicana
Restaurante Aranjuez	Mina # 3 Col. Centro	Gastronomía Internacional y Mexicana
Placeres Buffet	Calle Rafael J Huerta #13 Col. Santa Dora	Buffet
Italian Coffee	Portal Zaragoza 6 Interior Plaza Portales Col. Centro	Cafetería
Columba	Matamoros #42 Col. Centro	Cenaduría
Antojitos Lupita	Matamoros #44 esq. Manuel Ávila Camacho Col. Centro	Cenaduría
El Rincón Brujo	Manuel Ávila Camacho #4 Col. Centro	Taquería
Los Molcajetes	Matamoros 55 Col. Centro	Taquería
Chenito	Matamoros 52 Col. Centro	Taquería
Valdez	Morelos 9, esq. Mina Col. Centro	Taquería
La Tortuga	Guerrero 10 Col. Centro	Lonchería
Nice	Morelos Col. Centro	Pizzería
D´rigoletto	Morelos 4 Col. Centro	Pizzería
D´Napoli	Juárez 12 Col. Centro	Pizzería

Nota: Elaboración Propia con base en observación y visita de campo

- *Gastronomía*

En la Sierra Norte de Puebla la gastronomía se basa en productos que son cosechados en la misma región como son semillas (café, frijol, haba, maíz, trigo, pepita); variedad de chiles (serrano, jalapeño, piquín, manzano); verduras (tomate, elote, chayote, calabacitas, papa, rábano, chilacayote, yuca, camote, chayotexcle); legumbres (pápalo, cilantro, epazote, chícharo, berros, verdolagas, quelites, acelgas, espinacas, coliflor, col, brócoli, zetas) y frutas (peras, manzanas, ciruela, durazno, mora, capulines).

Los platillos típicos de Huauchinango que son elaborados con los productos antes mencionados se muestran en la siguiente tabla. Véase tabla 6:

**Tabla 6.**

*Gastronomía*

<b>Platillo</b>	<b>Descripción</b>
Mole Poblano	Hecho con chile ancho y especias como almendras, cacahuete, ajonjolí y canela, plátano, galleta, tortilla dorada, chocolate, azúcar, sal.
Pollo en chiltepín	Pollo acompañado de salsa picante con chiltepín y cacahuete
Pollo en hongo	Caldo de pollo con verduras y hongos
Chile macho con huevo	Huevo revuelto con chile molido macho
Carne de cerdo con verdolagas o quelites en salsa verde	Costilla de cerdo frita en salsa de tomate y chile serrano cocidos con quelites o verdolagas
Enchiladas con cecina	Tortillas fritas rellenas de carne de res enrolladas y cubiertas con salsa verde, col, queso y acompañadas con cecina
Tamales	Tamales rellenos de salsa verde o roja y carne de res o pollo envueltos en hoja de papatla
Tamal de mojarra asada en hojas de totemoxtle o trucha empapelada	Mojarra o trucha rellena con jitomate, cebolla, chile serrano y epazote cubiertos con hoja de totemoxtle asados en brasas
Tlacoyos de frijol y alverjón	Son rellenos de alverjón o frijol y se bañan en salsa verde o roja, con verdura (cilantro o col) y queso

Nota: Elaboración Propia con base en observación

- *Servicio de transporte público*

En la central de autobuses de Huauchinango llegan distintas rutas que conectan con destinos cercanos al municipio, dentro de las cuales podemos destacar las siguientes. Véase tabla 7:

**Tabla 7.**

*Servicio de Transporte*

<b>Transporte</b>	<b>Conectividad</b>	<b>Destino</b>
Estrella Blanca (Futura)	Central Autobuses Cuernavaca Central Autobuses Acapulco Central del Norte CDMX, Puebla	Cuernavaca, Morelos, Acapulco, Guerrero, CDMX, Puebla
Autobuses de Oriente (ADO)	Central Autobuses Puebla (CAPU) Central Autobuses del Norte, Ciudad de México Central de Autobuses Poza Rica	Puebla, Apizaco, Tlaxcala, Poza Rica, Tuxpan, Matamoros, Tamaulipas Oaxaca, Cd. de México y Pachuca, Hidalgo
Omnibus de México	Central Autobuses del Norte Central Autobuses de Querétaro Central Autobuses de San Juan de los Lagos y Guadalajara	Ciudad de México, Querétaro, San Juan de los Lagos, Jalisco Guadalajara
ATAH (Ejecutivo)	Central Autobuses Puebla (CAPU)	Puebla, Apizaco, Tlaxcala y Poza Rica, Veracruz
Autobuses Enlace de Oriente (EO)	Central de Poza Rica Central de Tulancingo, Hidalgo	Poza Rica, Veracruz Tulancingo, Hidalgo
Estrella Blanca	Central Autobuses del Norte	Ciudad de México

Nota: Elaboración Propia

Para las rutas locales se cuenta con los siguientes medios de transporte. Véase tabla 8:

**Tabla 8.**

*Transporte local*

<b>Transporte</b>	<b>Conectividad</b>	<b>Destino</b>
USSA de C.V.	Terminal de Zacatlán Terminal de Xicotepec	Zacatlán, Xicotepec, Localidad de Juan Galindo (Nuevo Necaxa), Localidad de Tenango de las Flores y las Colonias
Autotransportes Unión Serrana	Terminal de Xicotepec Terminal de Puebla Terminal de Poza Rica	Xicotepec de Juárez, Poza Rica, Nuevo Necaxa, Tenango y las Colonias

Nota: Elaboración Propia

## Superestructura Turística

Son todos los organismos públicos y privados que se encargan de regular el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema.

### *Servicios Turísticos*

La oficina de Información Turística de la Secretaría de Turismo Municipal del H. Ayuntamiento de Huauchinango, Puebla es, como su nombre lo indica, el lugar donde se proporciona todo tipo de información necesaria para el turista o viajero relacionada con el turismo y los servicios en general (transporte público, hospedaje, alimentación, salud, comunicación, etc.) que ofrece el municipio durante su viaje.

Los días y horarios de atención son:

Lunes a viernes de 08:00 horas a 16:00 horas;

Sábado 09:00 horas a 18:00 horas, y

Domingo 10:00 horas a 13:00 horas

Al realizar la investigación estos fueron los horarios brindados, pueden cambiar o estar sujetos a distintas situaciones.

La Oficina de Información Turística cuenta con un espacio localizado en el centro de la Ciudad, bajo el Palacio Municipal y está dividida en dos áreas:

1. Oficina de Turismo: Destinada al área administrativa de la Dirección de Turismo Municipal de Huauchinango.
2. Módulo de información turística: Área destinada a proporcionar información de manera personalizada, se cuenta con folletería de los atractivos turísticos y culturales del municipio, croquis de ubicación de los atractivos e información impresa de hoteles y restaurantes.

Este módulo cuenta con exhibidor donde se pueden apreciar las artesanías y productos locales que se ofertan al público.

Como Servicios Culturales, el municipio de Huauchinango cuenta con una Biblioteca Pública Municipal, en la cual destacan actividades como talleres de lectura, cursos de

verano en vacaciones y visitas guiadas, todo esto con el fin de que la población se empape de la gran riqueza y cultura que nuestro municipio nos ofrece.

De igual manera, existe la Casa de Cultura In Xochitl In Cuicatl con la finalidad de que la juventud se cultivara y ampliara sus conocimientos por lo que se iniciaron diferentes talleres como: teatro, pintura, taquigrafía, labores manuales, guitarra, etc.

Actualmente en la Casa de Cultura se ofrecen talleres los cuales son:

1. Danza Folklórica Infantil
2. Danza Folklórica Adultos
3. Taller Integral de Música Huasteca
4. Ritmos latinos y danzas alternativas
5. Huapango y danza tradicional
6. Técnica en listón
7. Guitarra y canto
8. Arte (Dibujo y pintura)
9. Gimnasia
10. Zumba
11. Taller de la lengua Totonaku
12. Ballet Clásico
13. Zapateado estilizado y tradicional huasteco

#### *Servicios Recreativos*

El municipio de Huauchinango actualmente cuenta con balnearios rodeados de una naturaleza impresionante representativa de la región:

- “El Rincón Mágico” ubicado en la Calle 3N, Col. El Potro.
- Ecoparque “El Sifón” ubicado en Camino al Sifón s/n, Totolapa.

- Recreativo “Buena Vista” ubicado en Incubadora, Col. Buena Vista.

En donde encontraremos los siguientes servicios:

- Albergas para adultos y niños.
  - Restaurante
  - Estacionamiento
  - Tienda
  - Personal de seguridad en el establecimiento
  - Toboganes y chapoteaderos
  - Asadores.
- Lienzo Charro 5 de mayo

En Huauchinango, un emblema representativo es la charrería, su construcción se desarrolla en dos etapas una en el año de 1950 el cual se inicia la construcción con materiales de madera contando únicamente con el redondel y las mangas, para posteriormente en 1972 se reconstruye con materiales de concreto, edificando unas gradas para una capacidad de 1000 asistentes.

## Infraestructura del municipio

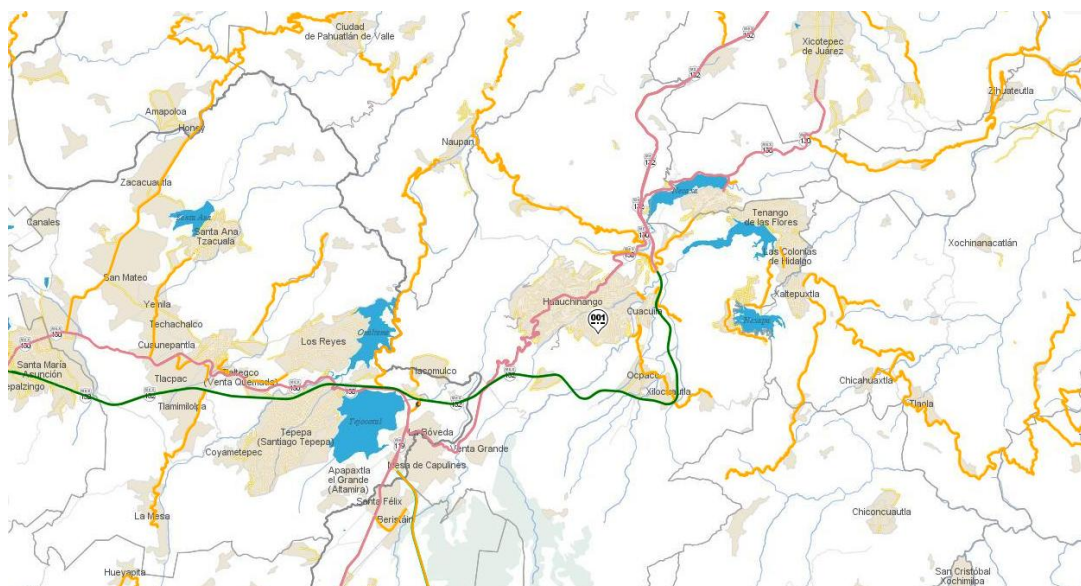
### *Carreteras*

Huauchinango se comunica con Puebla, cruzando el Estado de Tlaxcala a una distancia de 180.2 km, por la autopista de Apizaco al Tejocotal, misma que comunica hacia el sur con los Municipios de Zacatlán y Chignahuapan. El resto del Municipio se encuentra comunicado por medio de carreteras asfaltadas y revestidas, así como por caminos de terracería y brechas.

Véase figura 6:

**Figura 6.**

*Carreteras de Huauchinango*



Nota: La figura muestra las diferentes carreteras que atraviesan el municipio de Huauchinango y su cercanía con ciudades como la Ciudad de México y Puebla

Fuente: INEGI, 2020.

### *Servicios de Salud*

Un tema importante para los visitantes es el de la salud, por lo tanto, es crucial que el destino que visitemos cuente con áreas adecuadas y lugares en donde se puedan atender ante cualquier situación de emergencia. Huauchinango cuenta con las siguientes instituciones médicas de servicio para la población y visitantes. Véase tabla 9:

**Tabla 9.**

*Servicios de Salud con los que cuenta el municipio*

<b>Institución</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Hospital General de Huauchinango	Calle Ini no.7, col. Fetse	776 762 0049
Clínica del ISSSTE	Av. de los Técnicos s/n col. Rancho Viejo	776 762 0184
Clínica ISSSTEP	Av. Blvd. 18 de marzo s/n col. El Paraíso	776 762 0811
Clínica de PEMEX	Juan Galindo 10 col. El Cerrito	776 762 0169
IMSS	Pino Suarez, 73200, Nuevo Necaxa	764 763 0350
Centro de Rehabilitación Integral Huauchinango	Calle 16 de septiembre s/n col. 5 de mayo	776 762 8362

Nota: Elaboración Propia

Además, el municipio cuenta con clínicas de especialidades, sanatorios y consultorios médicos privados.

## 5.8 Recursos turísticos de Huauchinango

A continuación, se enlistan los principales atractivos del Pueblo Mágico de Huauchinango y se agrupan de acuerdo a la clasificación de atractivos turísticos según Roberto Boullon y se jerarquizan de acuerdo a las cualidades de cada atractivo. Véase tabla 10:

Jerarquía I – Equivalente a recurso complementario

Jerarquía II – Equivalente a recurso único en una localidad

Jerarquía III – Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional

Jerarquía IV – Equivalente a un recurso único en el país

Jerarquía V – Equivalente a un recurso único en el mundo

**Tabla 10.**

*Atractivos Turísticos de Huauchinango, Puebla*

<b>Categoría</b>	<b>Atractivos y descripción</b>	<b>Jerarquía</b>
Sitios Naturales	<p>Presa de Tenango</p> <p>Forma parte del Sistema Hidroeléctrico Necaxa, construida en 1910 para aprovechar el escurrimiento del río Coahuila en la generación de energía eléctrica. Algunas de las actividades que se realizan es pasear en lancha a través de la presa, realizar senderismo, acampar a los alrededores o realizar un día de campo.</p>	II
Sitios Naturales	<p>Cascadas La Morena</p> <p>Ideal para practicar senderismo y llegar a la cascada en un recorrido lleno de vegetación, se puede acampar junto al río ya que en las noches hay recorridos por las cuevas, se puede practicar rappel y visitar el mirador para observar la ciudad</p>	II
Sitios Naturales	<p>Cascada Totolapa</p>	

	Esta cascada pequeña se ubica sobre una poza de agua de color turquesa, está garantizado un buen momento lleno de tranquilidad y naturaleza.	II
Sitios Naturales	Cascada de las Brujas, Ocpaco La cascada se encuentra rodeada de vegetación y ofrece un espectáculo natural impresionante, el lugar perfecto para realizar senderismo.	II
Sitios Naturales	Cascada Velo de Novia, Xopanapa La caída de agua es de 15 metros de altura, y se puede nadar en sus cristalinas aguas que van a dar a un río y bosque.	II
Sitios Naturales	Cascada Salto Chico También es conocida como “El Salto de Huayatengo” su altura es mayor a los 18 metros, es atractivo para hacer ecoturismo y actividades como senderismo, rapel y avistamiento de flora y fauna local.	II
Sitios Naturales	Cerro de Zempoaltepetl A una altura de 2480 msnm que alternan con una gran variedad de relieves donde la vegetación serrana alcanza su máxima expresión, exaltando su belleza al visualizar el Cerro del Madroño y La peña del Marco.	III
Museos y manifestaciones culturales históricas	Santuario del Señor en su Santo Entierro Se trata de una construcción de muros que se levantaron desde 1543 bajo la dirección de monjes Agustinos; en su interior se encuentra un mural pintado en 1968 por Raúl Domínguez Lechuga, en el que se muestra la historia de la Construcción de la Iglesia y la Evangelización durante el periodo de la colonización.	II
Museos y manifestaciones culturales históricas	Parroquia de Santa María de la Asunción Obra de arquitectura moderna, la cual inició su construcción en el año 1947. Tiene una planta circular de gran dimensión que ostenta una cúpula de 84 metros de	II

	diámetro sostenida por cuatro pilares de concreto. Alberga a la Virgen de Santa María de la Asunción, se encuentra rodeada de un mural que representa la flora y la fauna.	
Museos y manifestaciones culturales históricas	<p style="text-align: center;">Capilla de la Virgen de Guadalupe</p> <p>Portada de estilo neoclásico en las que sobresalen su columna dórica, su planta arquitectónica es de una sola nave con techumbre de teja sobresaliendo su viguería, en el presbiterio se puede admirar un cuadro al óleo de la Virgen de Guadalupe. Esta capilla tiene un campanario que fue construido por estética y cuenta con una pila Bautismal.</p>	II
Museos y manifestaciones culturales históricas	<p style="text-align: center;">Jardín Reforma</p> <p>En agosto de 1877 el Ayuntamiento aprobó el proyecto del Jardín actual de la Plaza Principal, en 1899 se colocaron 32 bancas de fierro, un embanqueto de losa y 12 faroles distribuidos en el jardín el cual se denominó Jardín de la Reforma.</p>	II
Museos y manifestaciones culturales históricas	<p style="text-align: center;">Mausoleo del Gral. Rafael Cravioto Pacheco</p> <p>Se encuentra en el Panteón Municipal, está hecho de mármol de Carrara, es una obra del Escultor Italiano Adolfo Ponzanelli, pieza sepulcral que consiste en cuatro columnas de orden romano; en la parte superior una escultura de mujer desnuda, sentada hacia lado izquierdo sosteniendo con el brazo derecho en lo alto un espejo. Representa el “héroe muerto” “la madre patria que llora la pérdida del caudillo”, "el príncipe romano que premia al héroe”, la verdad al descubierto” y “el águila de la República posada sobre una columna trunca”.</p>	II
Museos y manifestaciones culturales históricas	<p style="text-align: center;">Palacio Municipal</p> <p>Es un edificio de estilo neoclásico y en él se albergan las oficinas gubernamentales, añadiendo un toque de elegancia a la plaza principal de Huauchinango</p>	II

Folklore	<p style="text-align: center;"><b>Danza de los Acatlaxques</b></p> <p>Los Acatlaxques unen doce carrizos que se relacionan en el siglo Prehispánico de cincuenta y dos años, al lanzarlos en forma de cúpula efectúan un tributo de acción de gracias por las bondades de la naturaleza. Simboliza los elementos naturales (agua, tierra, aire y sol).</p>	II
Folklore	<p style="text-align: center;"><b>Danza del Xochipitzahuatl</b></p> <p>Esta danza consta de formar dos círculos concéntricos después de que entran los novios con sus dos familias, los padrinos y parte del pueblo. La parte más importante de esta danza es cuando la Tlacmaqui les da su bendición y los limpia con hierbas e incienso, mientras ellos permanecen hincados y termina por hacerle un nudo al quetzquemetl de la novia con la falda de la camisa.</p>	II
Folklore	<p style="text-align: center;"><b>Danza de los Arcos</b></p> <p>Se considera una mofa de los bailes españoles de la época colonial por sus pasos, reverencias, música y vestido. La vistosidad de los arcos y uso de listones le dan un colorido indígena.</p>	II
Folklore	<p style="text-align: center;"><b>Danza de los Quetzales</b></p> <p>Los danzantes lucen adornos muy vistosos con plumas que les rodean la cabeza y otras en sus trajes, alternan con bordados, cintas de colores, espejuelos, chaquira abalorio y lentejuela.</p>	II
Folklore	<p style="text-align: center;"><b>Danza de los Moros</b></p> <p>Se originó en España, representa aspectos religiosos y de guerra. Se utilizan máscaras de madera y capas de satín adornadas con lentejuelas e imágenes de dioses prehispánicos y la Virgen de Guadalupe.</p>	II
Acontecimientos programados	<b>Feria de las Flores</b>	III

	Celebrada desde 1938 se realiza como parte de las celebraciones de Semana Santa. Se organizan procesiones en torno a Santo Entierro, imagen que representa el entierro de Jesús y que es la más venerada en el municipio.	
Acontecimientos programados	<p style="text-align: center;">Celebración de día de muertos</p> Durante la fiesta de Todos Santos, se realiza el “Festival de Día de Muertos” en el cual se puede disfrutar del conocido desfile “Fiesta de Papel y Cempasúchil” donde la población hace una caminata al panteón municipal con velas y música tradicional.	III
Acontecimientos programados	<p style="text-align: center;">Carnaval</p> Es una festividad tradicional de música y alegría que se celebra cada año durante cuatro días, finalizando un día antes de miércoles de ceniza. Se caracteriza por la participación de diversas comparsas, bailes en las calles del Pueblo Mágico culminando con el tradicional desfile de comparsas.	II
Acontecimientos programados	<p style="text-align: center;">Aniversario de la Ciudad</p> El día 27 de julio se celebra el Aniversario de Huauchinango, y se hacen distintos tipos de eventos sociales y culturales, fortaleciendo la identidad cultural del Pueblo Mágico.	III
Acontecimientos programados	<p style="text-align: center;">Festival de Charrería</p> Realizado en el mes de septiembre, este festival es un encuentro que honra las raíces huauchinanguenses, exalta la tradición charra y enriquece el orgullo mexicano. Durante estos días se puede disfrutar de un programa lleno de actividades culturales, artísticas y familiares.	II

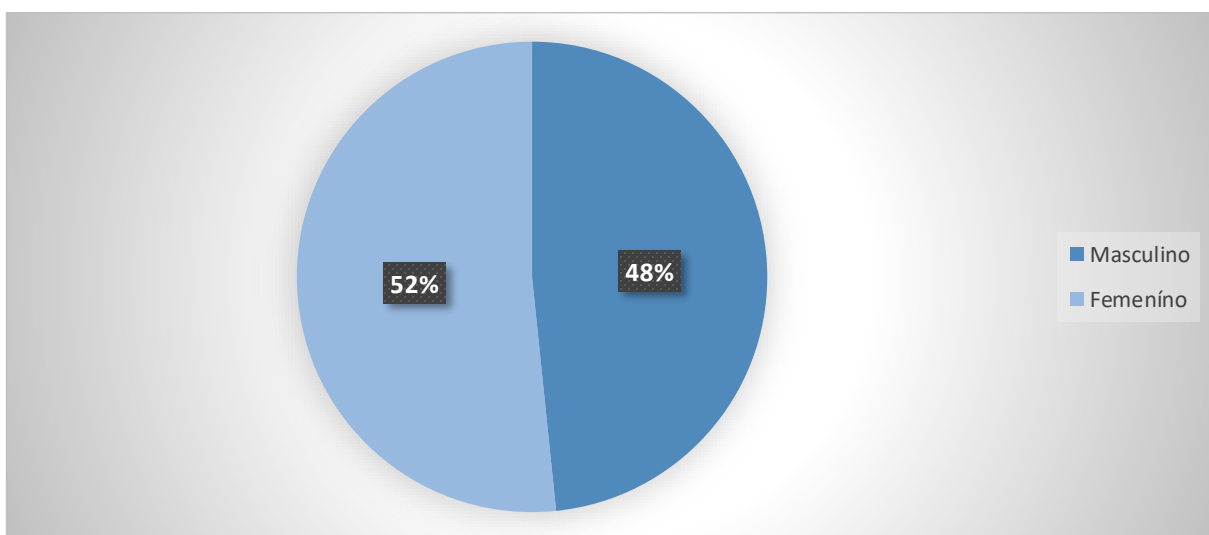
Nota: Elaboración Propia a partir de Boullón

### 5.9 Perfil del visitante en Huauchinango, Puebla

Para obtener el perfil del visitante del Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla se realizó una encuesta a los visitantes de este lugar, a fin de conocer datos relevantes como los sitios que visitaron, que les gustó del lugar, lo que no les agradó y que servicios les gustaría ver en su próxima visita. A continuación, se muestran los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

**Gráfica 6.**

*Sexo de los visitantes*

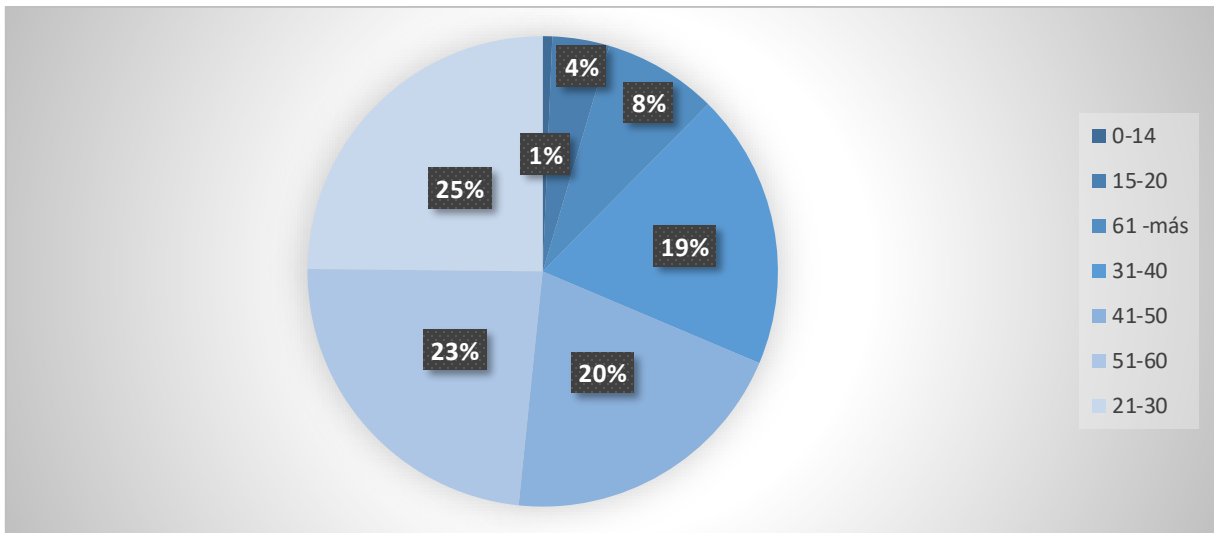


Nota. Elaboración Propia

Esta gráfica nos ayudó a conocer cuál es el género que más visita al Pueblo Mágico, en este caso con un mayor porcentaje el sexo femenino con un 52% mientras que el sexo masculino es del 48%. Véase gráfica 6.

### Gráfica 7.

*Edad de los visitantes*

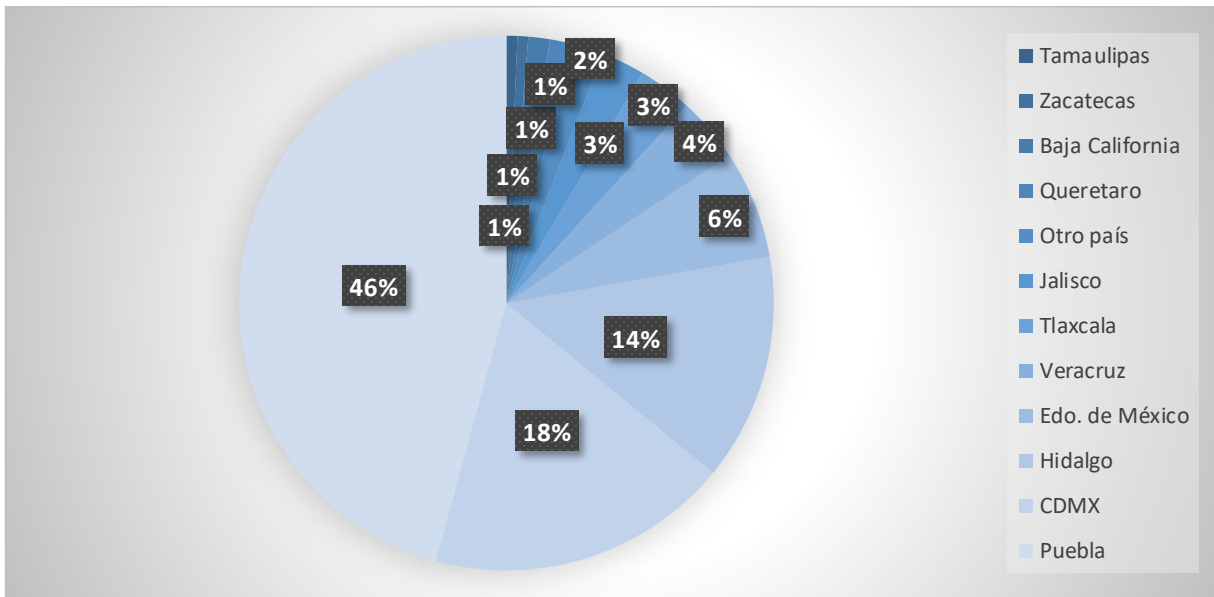


Nota. Elaboración Propia

La edad de los visitantes de Huauchinango, Puebla tiene un mayor número en el rango de 21 a 30 años con un porcentaje de 25%, seguido del rango de 41 a 50 años con un 20%. Véase gráfica 7.

### Gráfica 8.

*Residencia de origen de los visitantes*

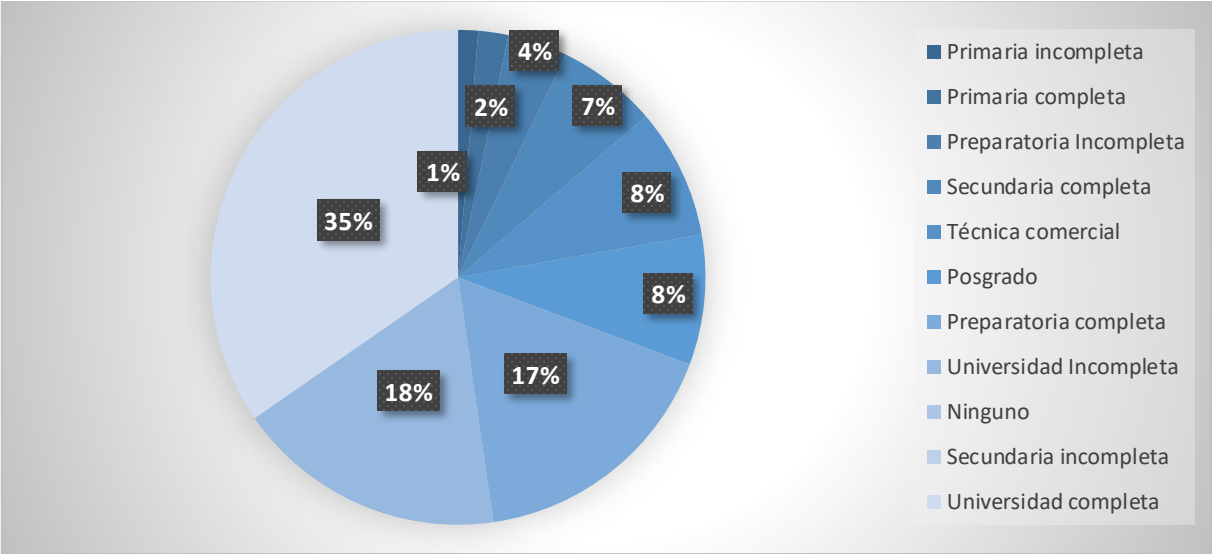


Nota. Elaboración Propia

La gráfica muestra que la mayoría de los visitantes de Huauchinango, son del mismo estado de Puebla con un 46%, seguido de la Ciudad de México con un 18%. Véase gráfica 8.

**Gráfica 9.**

*Escolaridad de los visitantes*

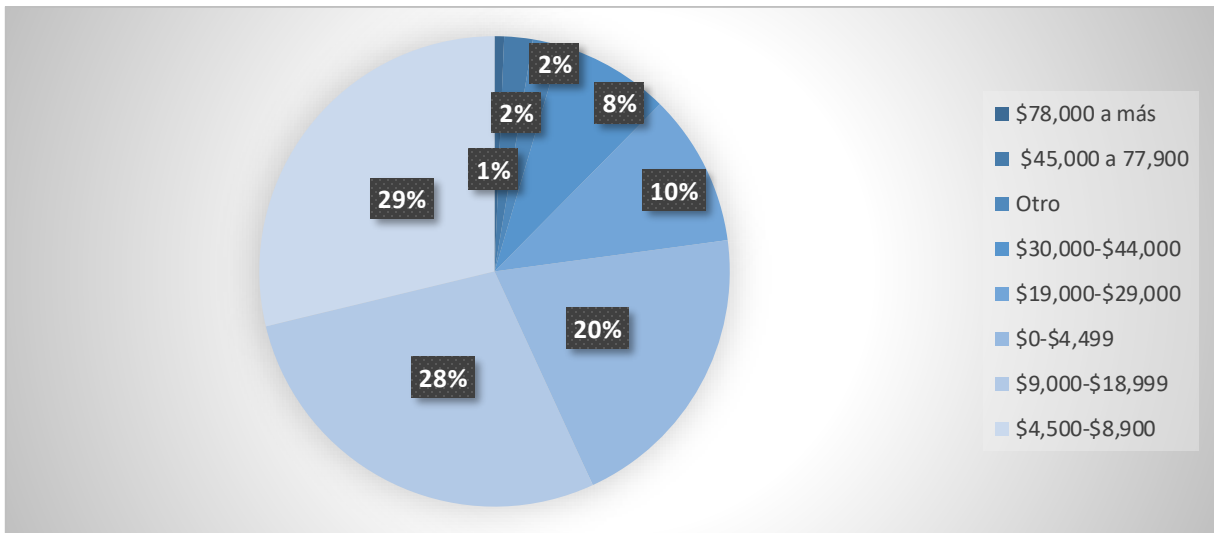


Nota. Elaboración Propia

Esta gráfica de escolaridad de los visitantes de Huauchinango nos permitió saber que el mayor grado de escolaridad es el de universidad completa con un 35%, seguido del 18% en el rubro de universidad incompleta. Véase gráfica 9.

**Gráfica 10.**

*Nivel de Ingreso de los visitantes*

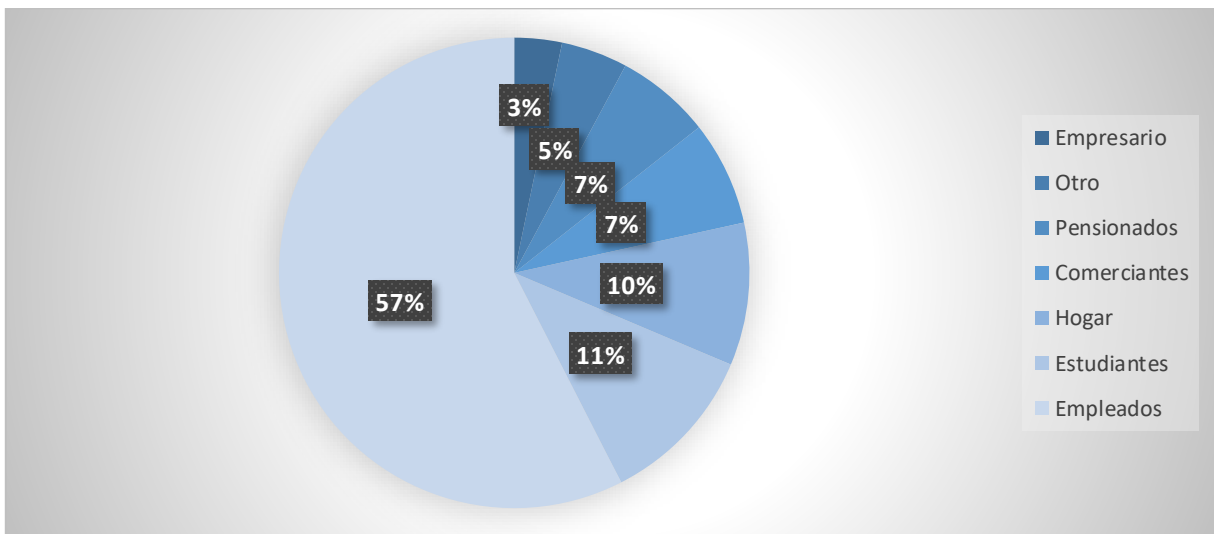


Nota. Elaboración Propia

Se puede observar en la presente gráfica que el nivel de ingreso de los visitantes de Huauchinango es de \$4,500 a \$8,900 con un 29%, lo que significa que la mayoría de los visitantes se encuentran en un rango de clase media-baja. Véase gráfica 10.

**Gráfica 11.**

*Ocupación de los visitantes*

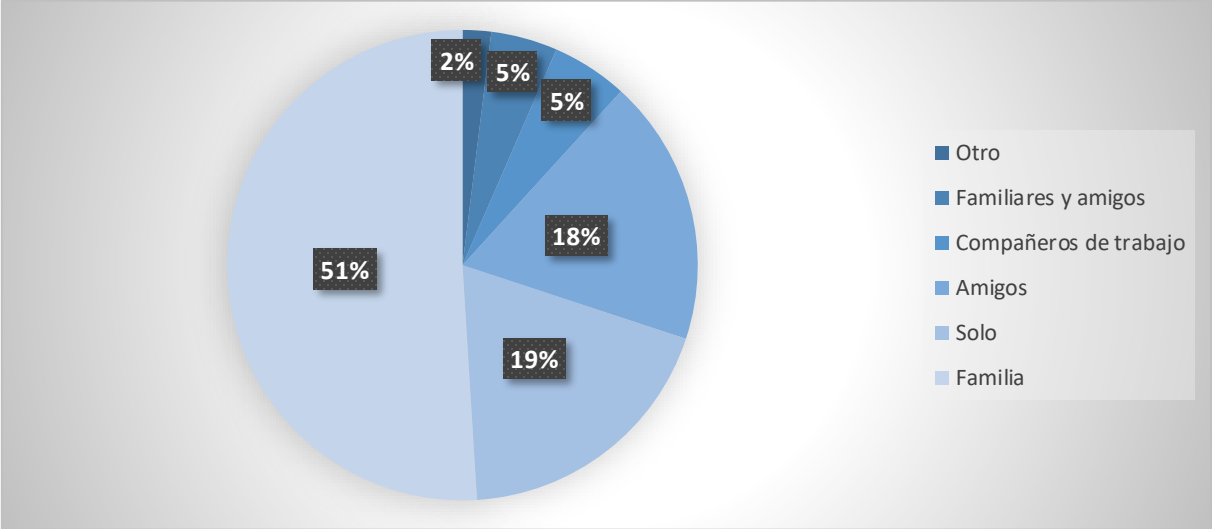


Nota. Elaboración Propia

La ocupación principal de los visitantes con un 57% son empleados, seguido de estudiantes con un 11% en las cifras obtenidas. Véase gráfica 11.

**Gráfica 12.**

*Acompañantes de los visitantes*

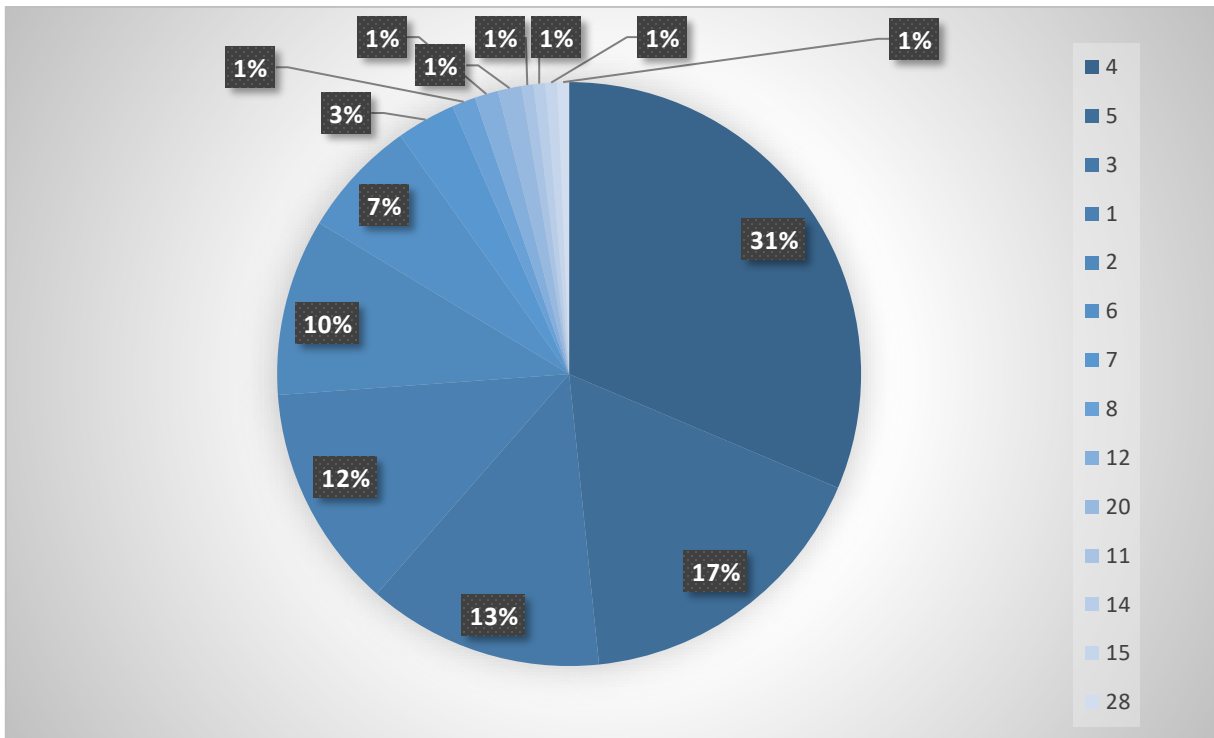


Nota. Elaboración Propia

Los resultados obtenidos en esta gráfica muestran que el 51% de los visitantes realizaron su viaje a Huauchinango con su familia y el 19% viajan solos. Esta información nos permitió saber el tipo de turismo que los visitantes esperan encontrar en la región. Véase gráfica 12.

**Gráfica 13.**

*Grupos de Viaje*

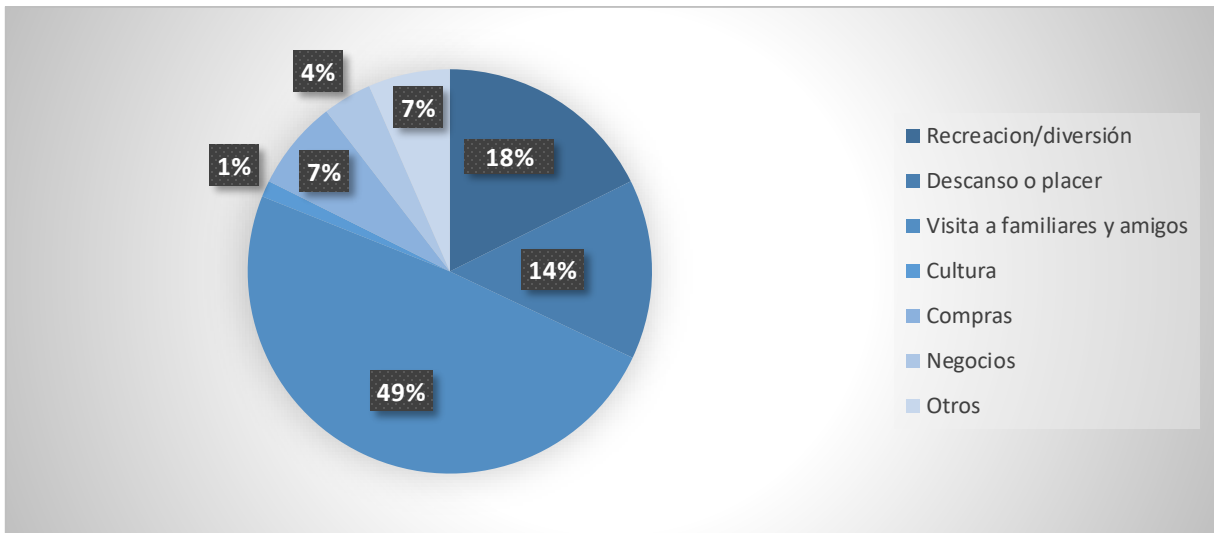


Nota. Elaboración Propia

Se muestra en la gráfica anterior el número de personas por las que están compuestos los grupos de viajes de los visitantes, teniendo una mayor cifra en grupos de 4 personas con el 31%, los grupos menos usuales son con un número mayor a 8 personas (1%). Véase gráfica 13.

**Gráfica 14.**

*Motivo de visita a Huauchinango, Puebla*

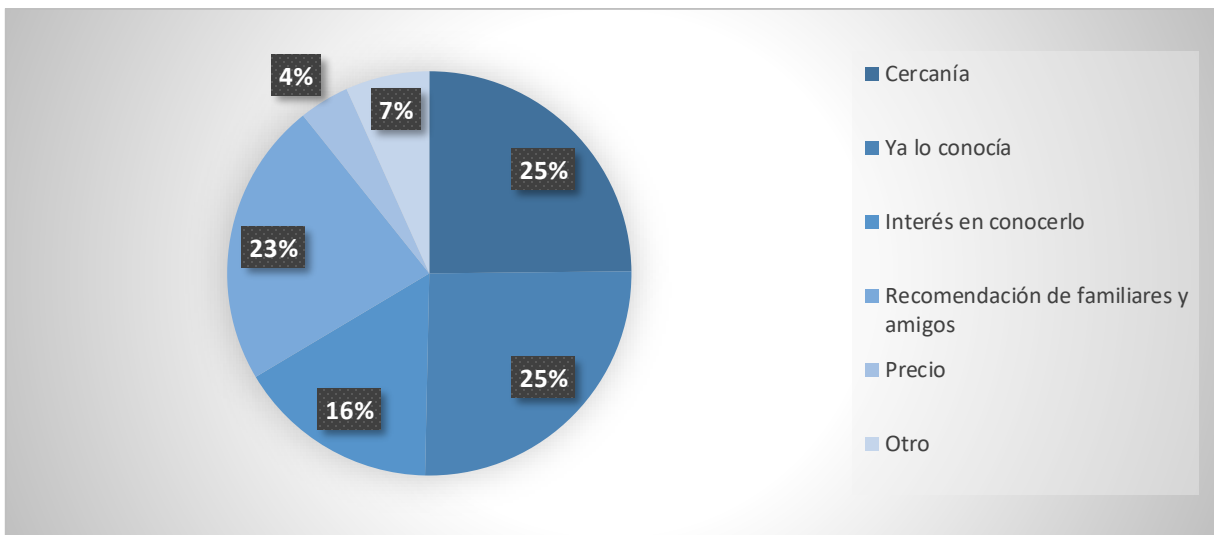


Nota. Elaboración Propia

Se muestran los resultados de la encuesta realizada a los visitantes para conocer el principal motivo de visita a Huauchinango, donde el mayor porcentaje (49%) nos muestra que es por visita a familiares y amigos, con un 18% realizan su viaje por motivos de recreación y/o diversión. Véase gráfica 14.

**Gráfica 15.**

*Motivo de seleccionar Huauchinango para su visita*

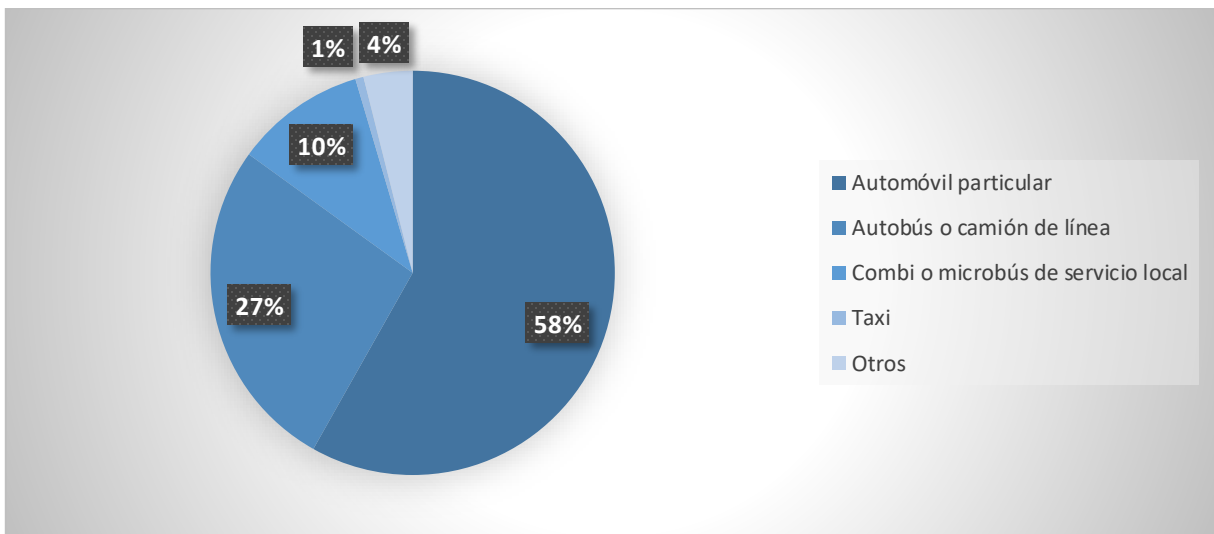


Nota. Elaboración Propia

Los principales motivos por los cuales los visitantes eligieron Huauchinango para su visita son principalmente por la cercanía y porque ya lo conocían, ubicando al precio como el último lugar con un 4%. Véase gráfica 15.

**Gráfica 16.**

*Transporte utilizado por los visitantes*

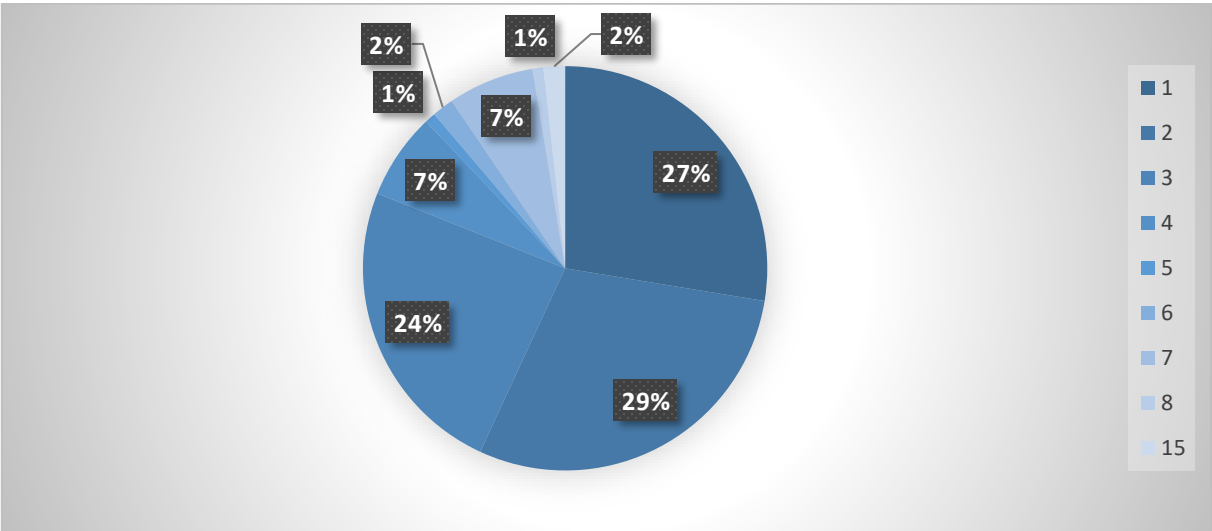


Nota. Elaboración Propia

Se puede observar en la gráfica que los principales medios de transporte de los visitantes de Huauchinango son el automóvil particular con un 58% y el autobús con un 27% por lo que podemos decir que hay facilidad para llegar al municipio. Véase gráfica 16.

**Gráfica 17.**

*Estancia en noches de los visitantes*

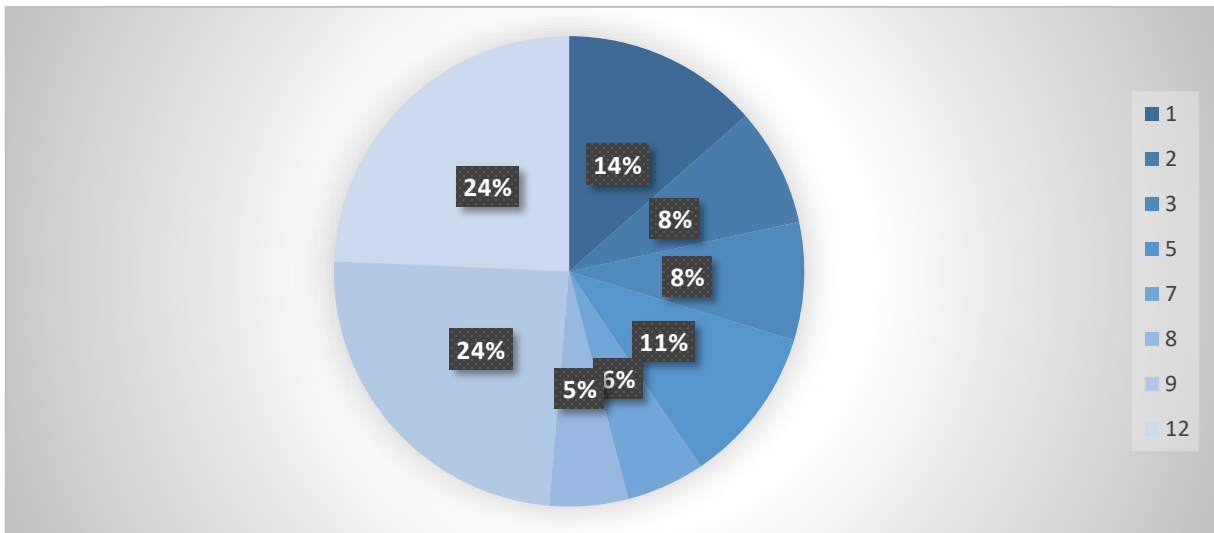


Nota. Elaboración Propia

Con un 29% la mayoría de los visitantes suelen pernoctar 2 días en el municipio, seguido de 1 día con un 27%. Podemos decir que las estancias son muy cortas, por lo que no se permiten conocer el municipio más a fondo; por otro lado, solo el 1% llega a permanecer hasta 15 días en el municipio. Véase gráfica 17.

**Gráfica 18.**

*Tiempo de estancia en horas de los visitantes*

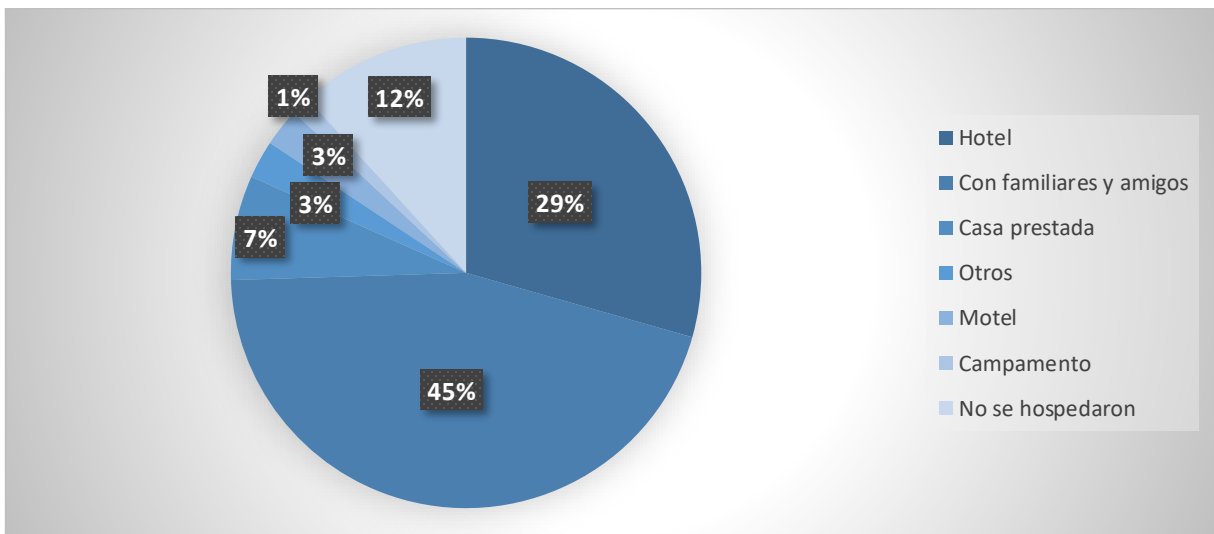


Nota. Elaboración propia

Algunos visitantes no se hospedaron en el municipio, por lo cual solo pasaron horas, el mayor porcentaje es el de 9 y 12 horas con un 24%, seguido de 1 hora con 14%, la mayoría de estas personas van de paso por visita a sus familiares o simplemente de compras. Véase gráfica 18.

**Gráfica 19.**

*Tipo de Hospedaje utilizado por los visitantes*

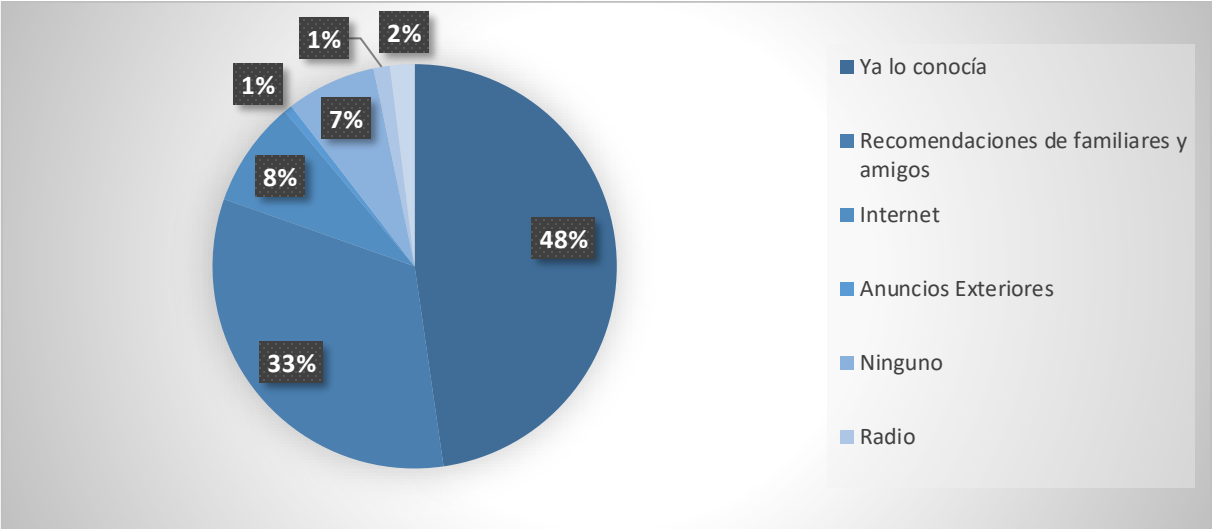


Nota. Elaboración Propia

Los resultados obtenidos de la encuesta arrojan que el 45% de los visitantes de Huauchinango se hospedaron con familiares y amigos, y solo el 29% en hoteles lo que significa que hay poca demanda en hotelería en la región. Véase gráfica 19,

**Gráfica 20.**

*Medios de comunicación por los que se enteró de Huauchinango*

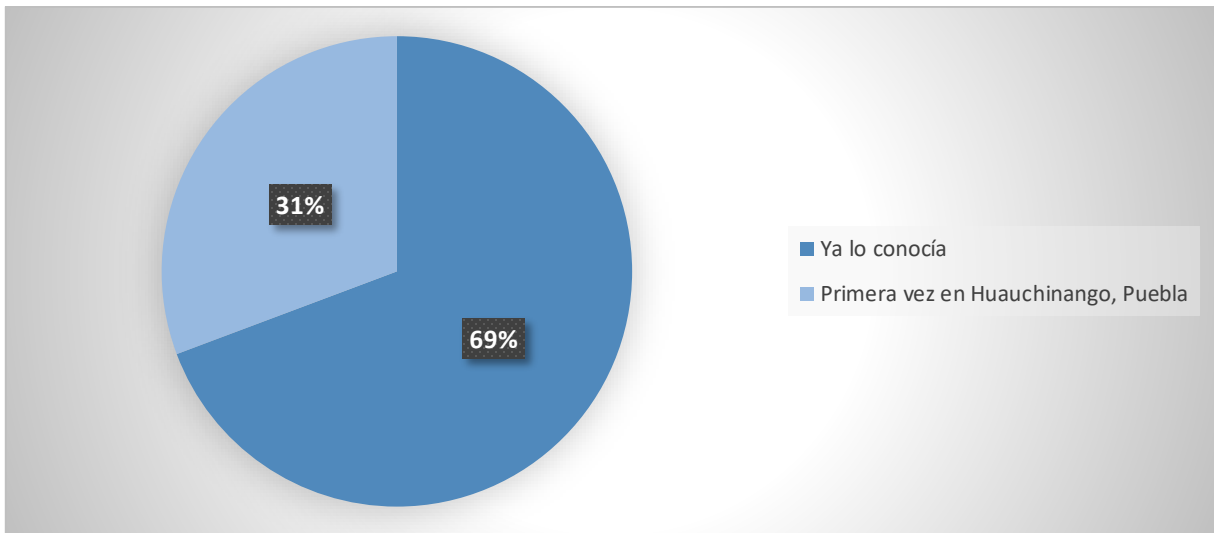


Nota. Elaboración Propia

Podemos observar en la gráfica anterior que el mayor número de porcentaje (48%) ya conocía el municipio de Huauchinango, y el 33% por recomendación de familiares y amigos. Podemos decir que la publicidad boca a boca es muy popular para conocer este destino. Véase gráfica 20.

**Gráfica 21.**

*Primera vez en Huauchinango*

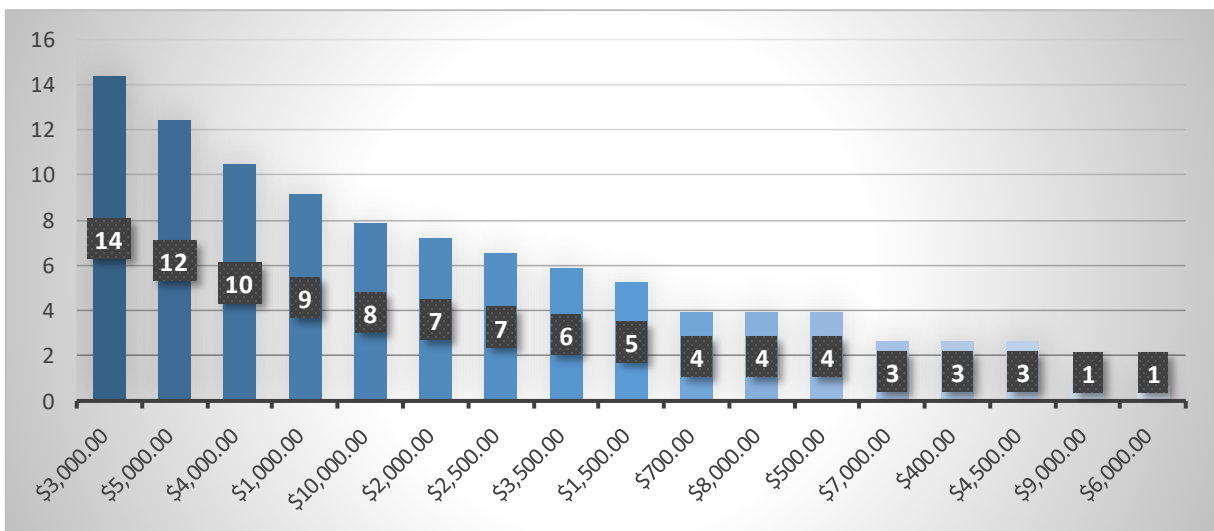


Nota: Elaboración Propia

El 60% de los visitantes había estado alguna vez en el municipio de Huauchinango, mientras que el 31% era la primera visita que tenía al Pueblo Mágico. Véase gráfica 21.

**Gráfica 22.**

*Gasto promedio de los visitantes incluyendo familiares*

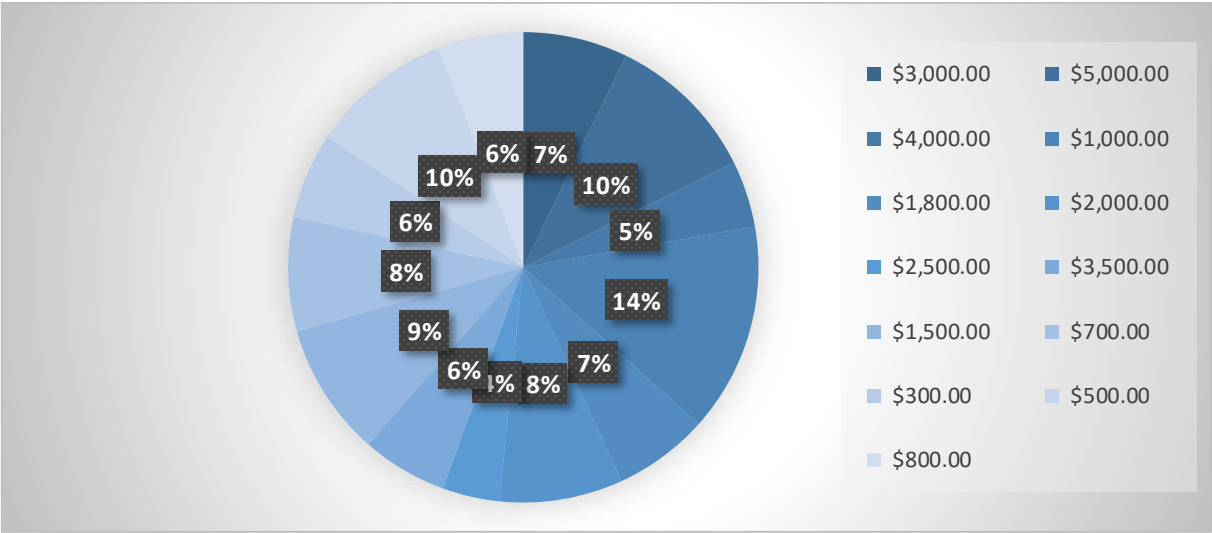


Nota. Elaboración Propia

La grafica nos muestra los porcentajes del gasto promedio realizado por visitantes con acompañantes, siendo \$3,000 el valor más alto de gasto de los visitantes, el 12% gastó \$5,000 en el municipio y el 10% gastó \$4,000. Véase gráfica 22.

**Gráfica 23.**

*Gasto promedio individual de los visitantes*

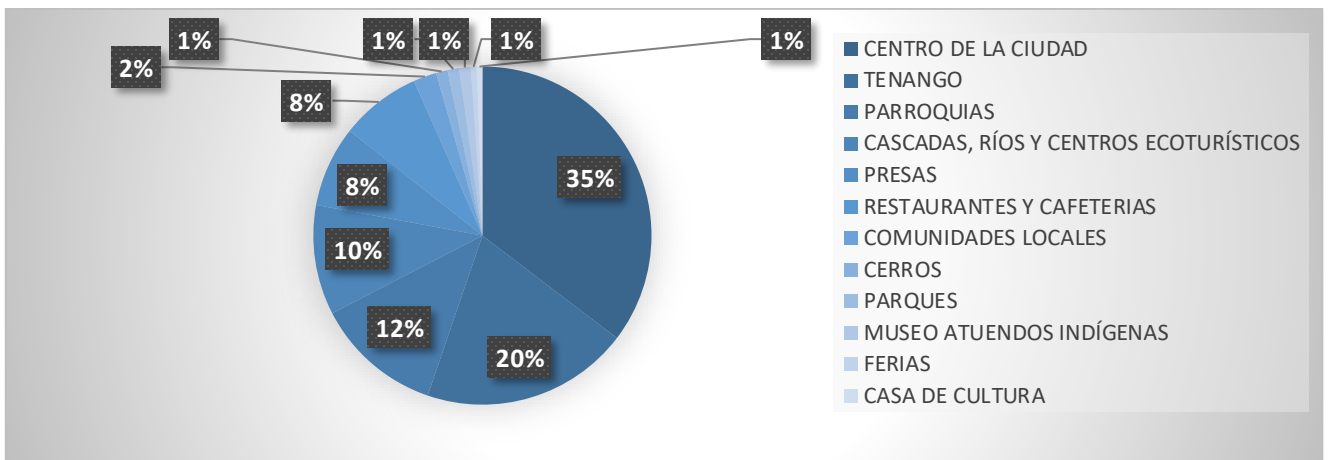


Nota. Elaboración Propia

El gasto promedio individual de los visitantes de Huauchinango es de \$1,000 con un 14% por lo que es importante elevar el potencial de actividades turísticas para que los visitantes dejen más capital en el municipio. Véase gráfica 23.

**Gráfica 24.**

*Lugares de interés en Huauchinango*

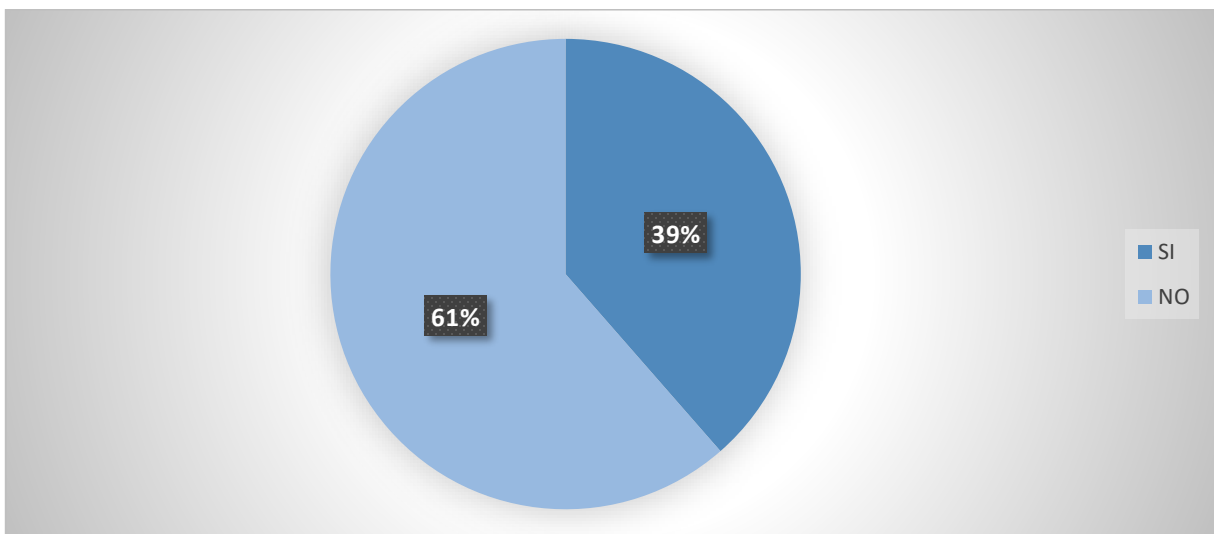


Nota. Elaboración Propia

Los lugares más visitados en Huauchinango son principalmente el Centro de la Ciudad, Tenango de las Flores, las 3 Parroquias principales (Parroquia de la Asunción, Santuario del Señor en su Santo Entierro y la Capilla de la Virgen de Guadalupe) y los lugares naturales, como las cascadas, los ríos y los centros ecoturísticos. Véase gráfica 24.

**Gráfica 25.**

*Encontró suficiente información turística en Huauchinango*

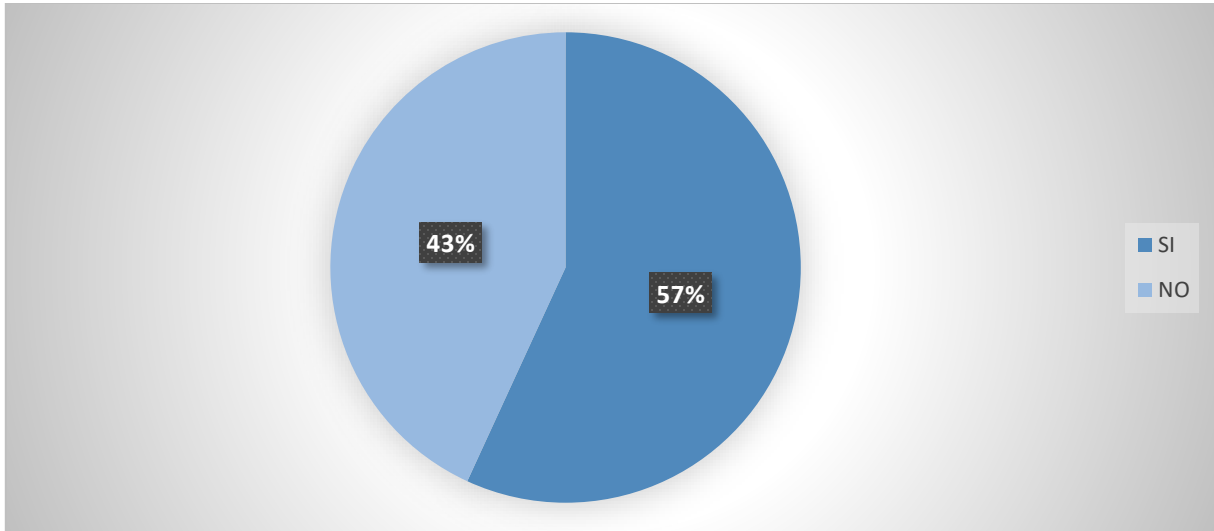


Nota. Elaboración Propia

Con un 61% la mayoría de los visitantes mencionó que no encontró suficiente información turística en el municipio de Huauchinango, por lo que se puede identificar una deficiencia de autoridades respecto al turismo, pues no dan orientación a los visitantes acerca de los lugares con los que cuenta el municipio. Véase gráfica 25.

**Gráfica 26.**

*Visitará otros destinos*

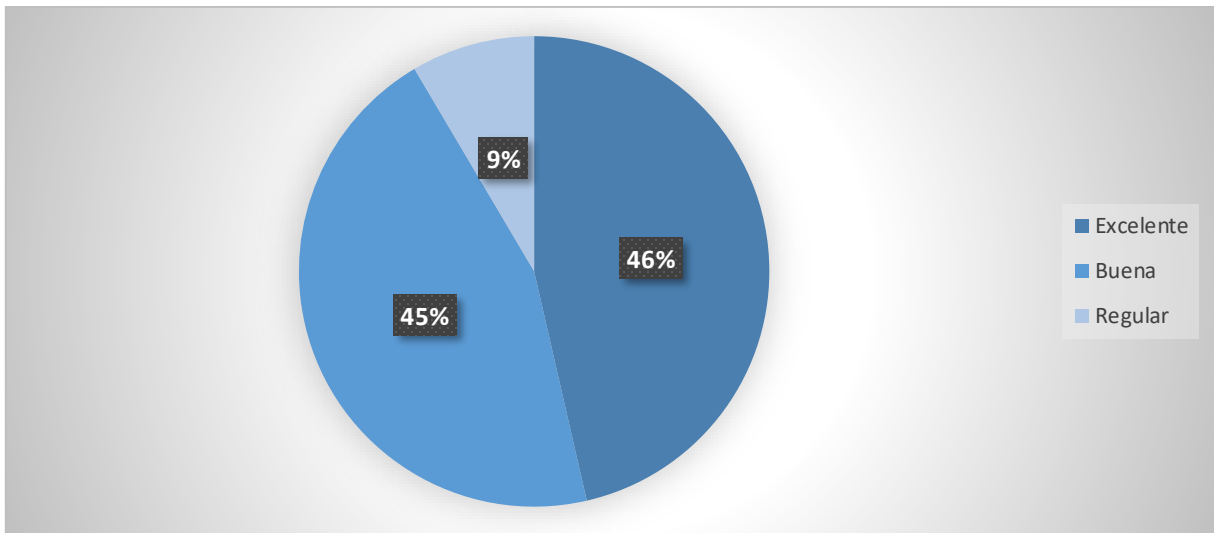


Nota. Elaboración Propia

El 57% de los visitantes irán a otros destinos cercanos entre los cuales podemos destacar Pueblos Mágicos vecinos como lo son: Zacatlán, Chignahuapan, Xicotepec de Juárez, Pahuatlán, Cuetzalan, Atlixco y por supuesto, la Capital poblana. Véase gráfica 26.

**Gráfica 27.**

*Trato de los huauchinanguenses*

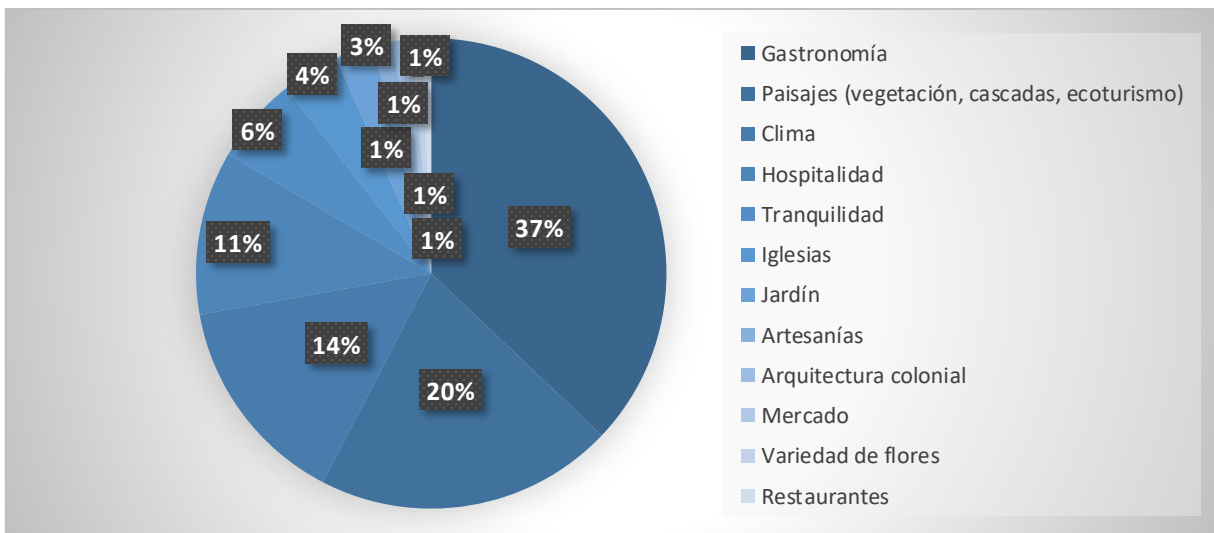


Nota. Elaboración Propia

El trato de los huauchinanguenses con sus visitantes fue en un 46% excelente, 45% bueno y 9% regular. Véase gráfica 27.

**Gráfica 28.**

*Lo que más les gustó de Huauchinango*

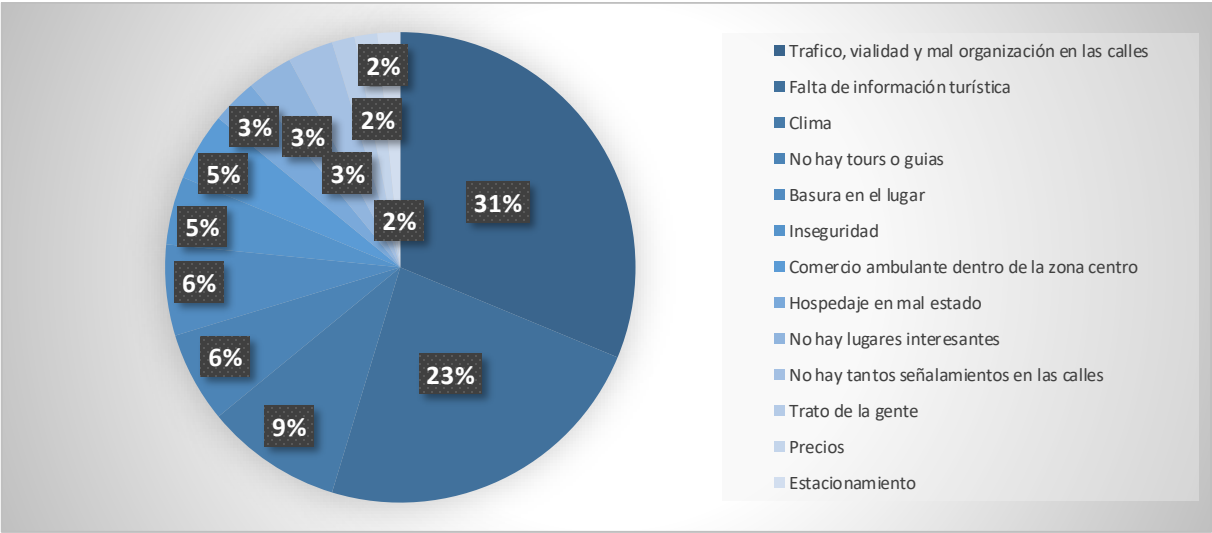


Nota. Elaboración Propia

La gastronomía muestra un mayor porcentaje en la gráfica de lo que más les gustó a los visitantes de Huauchinango, seguido de los paisajes, el clima y la hospitalidad del municipio. Véase gráfica 28.

**Gráfica 29.**

*Lo que menos les gustó de Huauchinango*

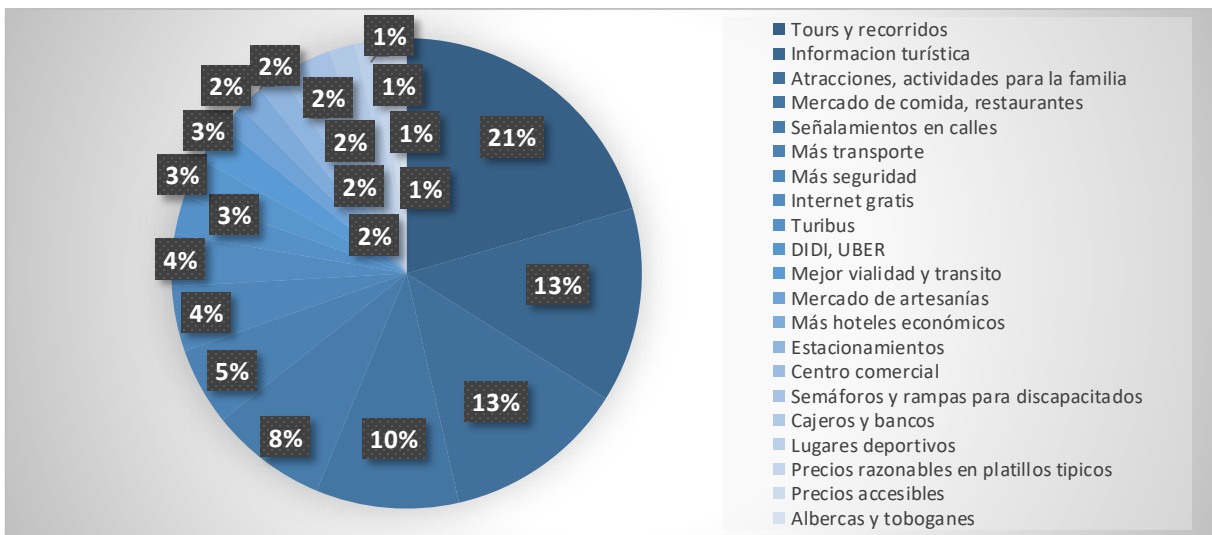


Nota: Elaboración Propia

Según los resultados de las encuestas los visitantes mostraron disgusto en temas de tráfico, vialidad y mala organización en las calles, así como falta de información turística. Véase gráfica 29.

**Gráfica 30.**

*Servicios que le gustaría en la próxima visita a Huauchinango*

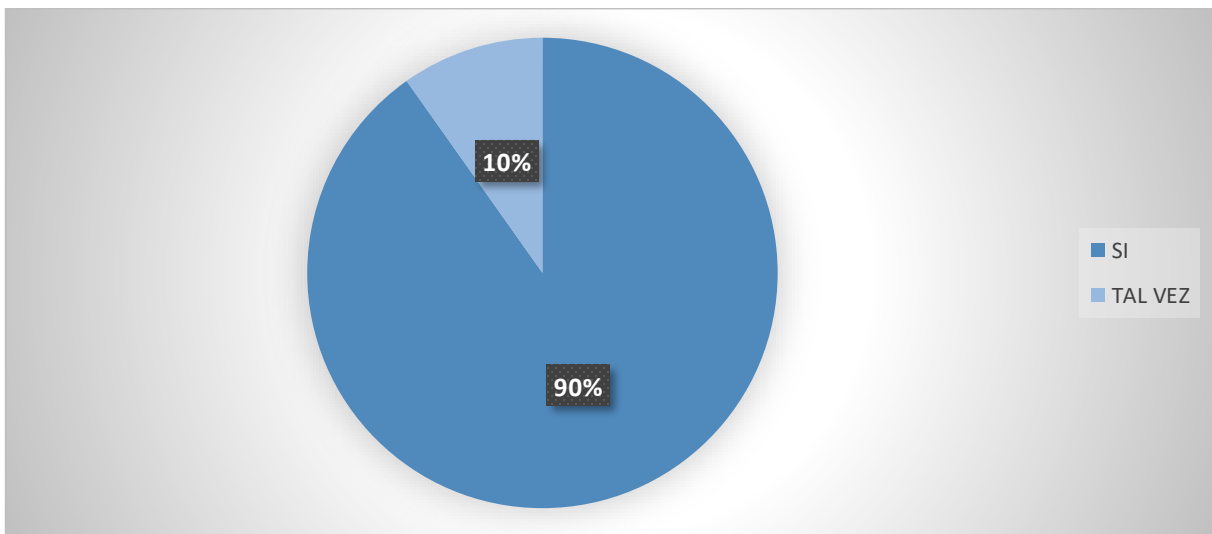


Nota. Elaboración Propia

Los visitantes muestran opciones muy variadas de lo que les gustaría ver en su próxima visita, los tours y recorridos obtuvieron el mayor porcentaje (21%) así como encontrar mayor información turística y que haya atracciones y actividades para la familia. Véase gráfica 30.

**Gráfica 31.**

*Repetiría su visita a Huauchinango*



Nota. Elaboración Propia

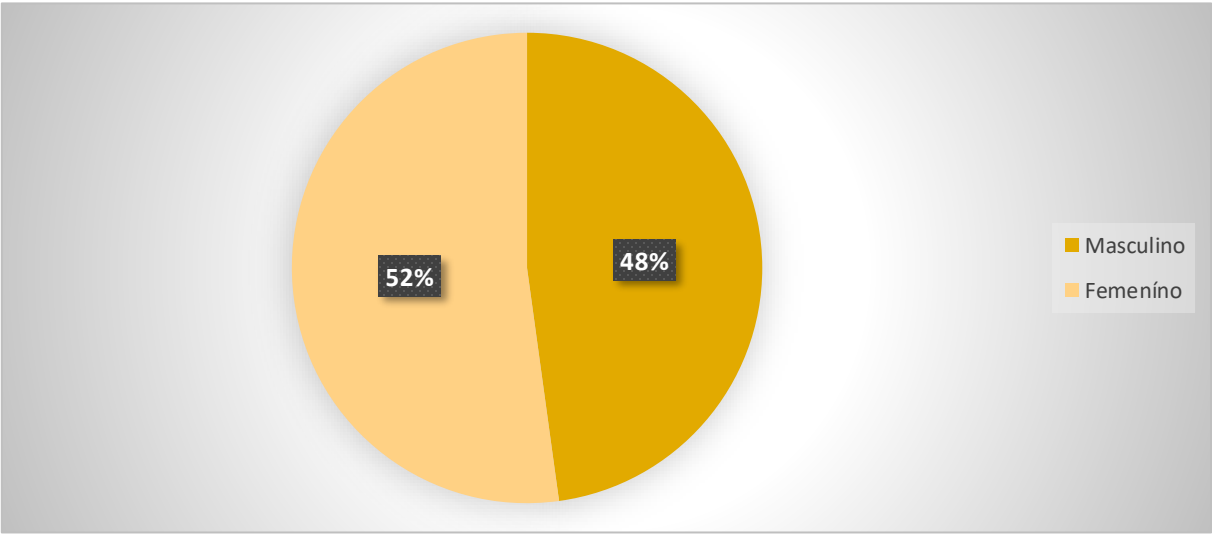
El 90% de los visitantes si repetirían su visita a Huauchinango, mientras que el 10% respondió que tal vez volvería al Pueblo Mágico. Véase gráfica 31.

5.9.1 Resultados de encuesta a personas locales

Se realizó una encuesta a pobladores del municipio de Huauchinango para conocer su opinión respecto a diversos aspectos del municipio, y cuál es la perspectiva que tienen acerca de la implementación de una nueva ruta turística, a continuación, se muestran los resultados obtenidos:

**Gráfica 32.**

*Sexo de los habitantes*

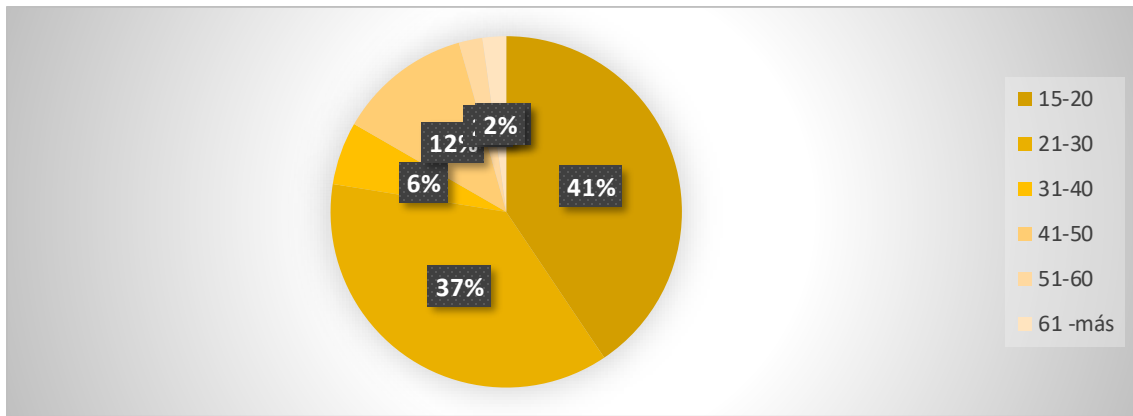


Nota. Elaboración Propia

Con un 52% el género femenino es el que predomina en las encuestas realizadas en la población de Huauchinango. Véase gráfica 32.

**Gráfica 33.**

*Grupos de edad de personas locales*

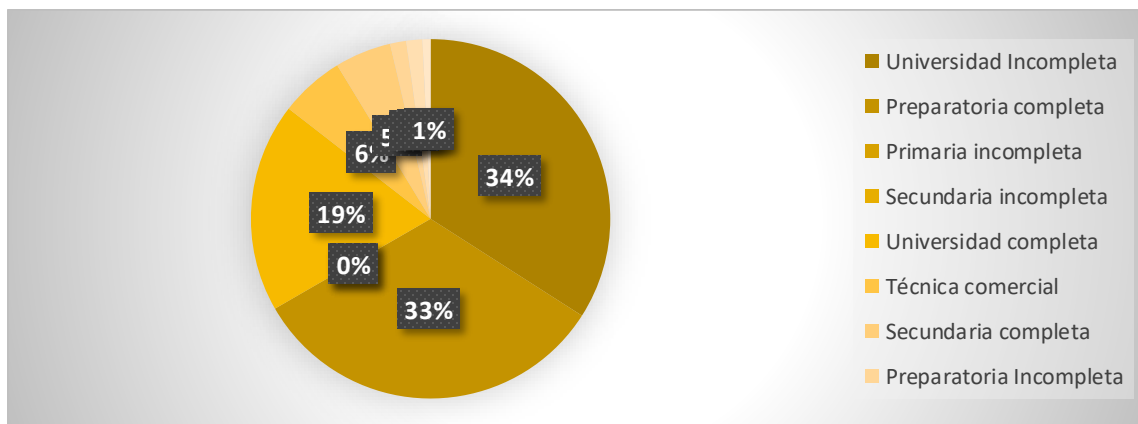


Nota: Elaboración Propia

Los jóvenes predominan en esta encuesta, con un rango de edad de 15-20 años y un porcentaje de 41%, seguido del rango de 21-30 con un 37%. Véase gráfica 33.

**Gráfica 34.**

*Escolaridad de las personas locales*

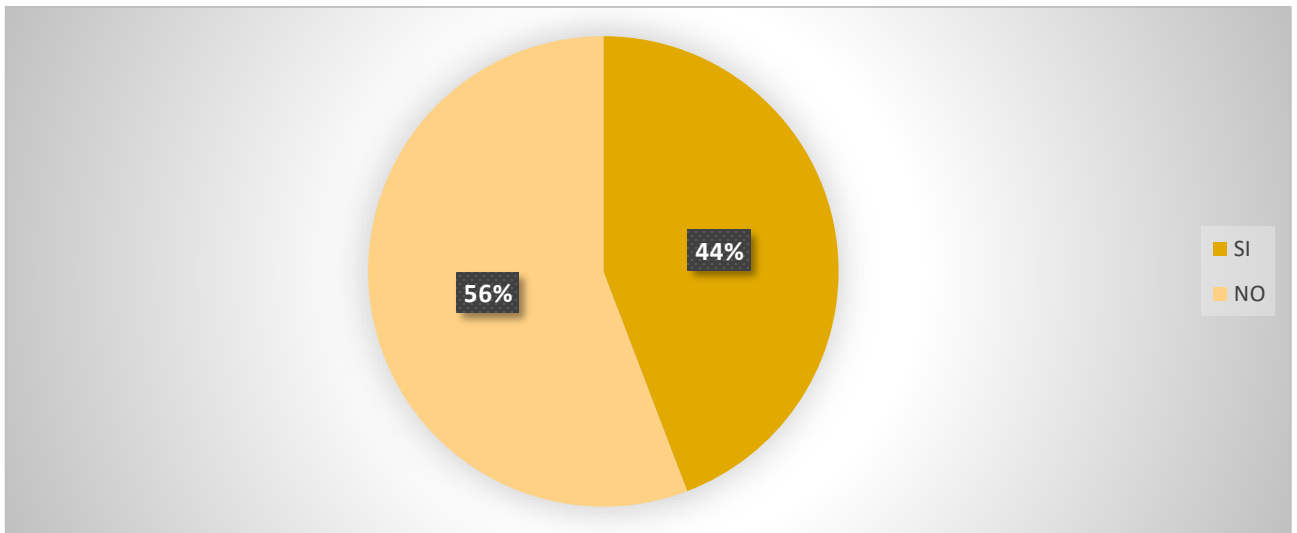


Nota: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 34% de los encuestados tienen un grado de universidad incompleta, seguido de preparatoria completa con un 1% de diferencia. Véase gráfica 34.

**Gráfica 35.**

*Conoce los principales atractivos de Huauchinango*

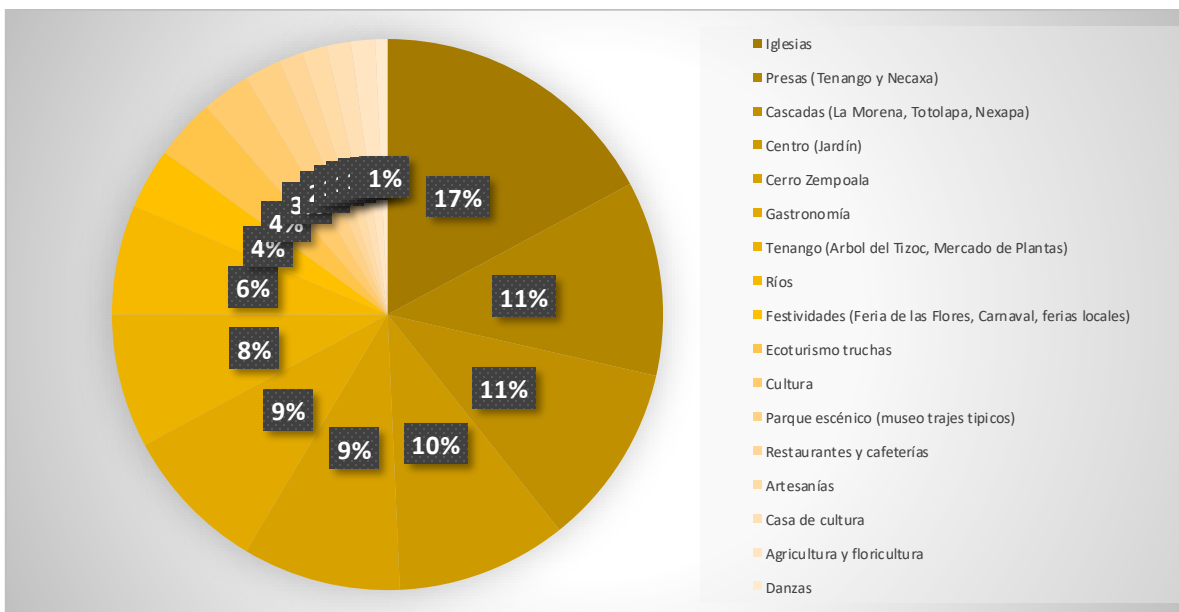


Nota: Elaboración Propia

El 56% de los pobladores conoce cuales son los principales atractivos de Huauchinango, mientras que el 44% desconoce cuáles son. Véase gráfica 35.

**Gráfica 36.**

*Principales atractivos de Huauchinango*

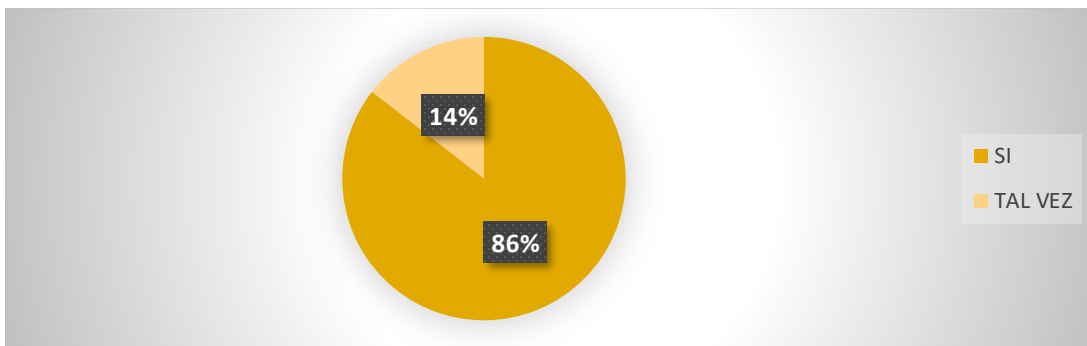


Nota: Elaboración Propia

Las iglesias del municipio se posicionan en el lugar número uno de esta encuesta, seguido de las presas y cascadas con un 11%. Véase gráfica 36.

**Gráfica 37.**

*Les gustaría una nueva ruta turística en el municipio*

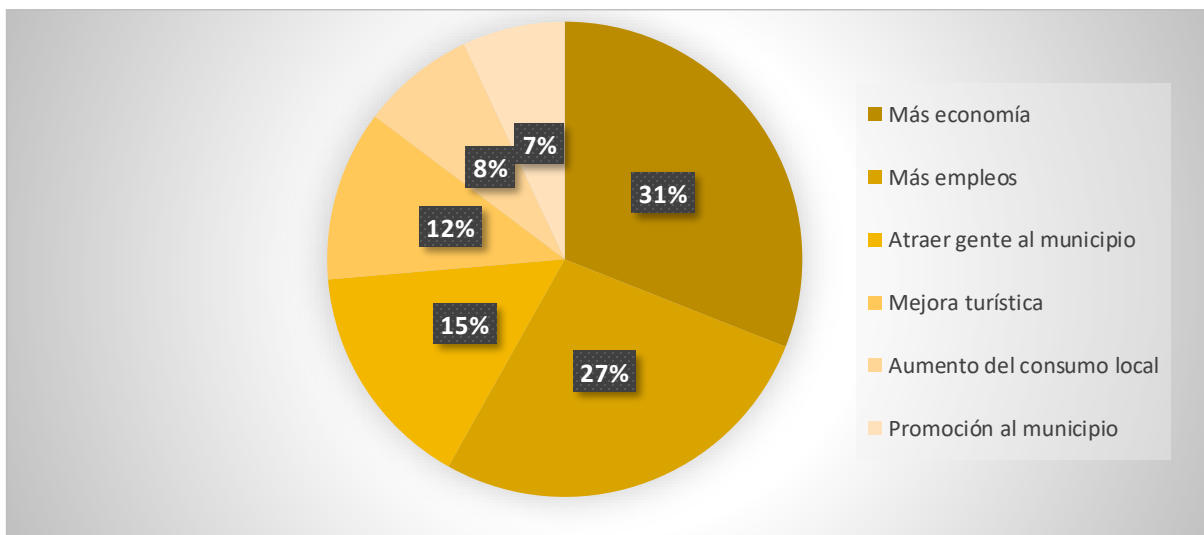


Nota: Elaboración Propia

Con un 86% la población local opina que si debería haber una ruta turística en el municipio, mientras que el 14% opina que tal vez se podría implementar. Véase gráfica 37.

**Gráfica 38.**

*Beneficios que tendría una ruta turística*

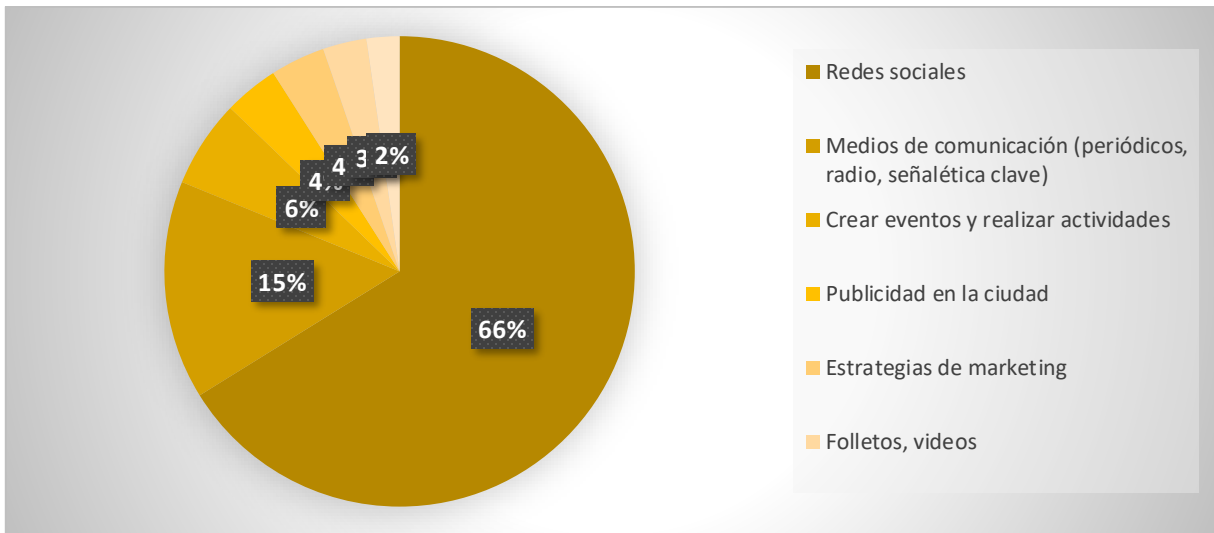


Nota: Elaboración Propia

Con un 31% la población opina que la creación de una nueva ruta turística en el municipio va a aumentar la economía del lugar y generará más empleos. Véase gráfica 38.

**Gráfica 39.**

*Estrategias de difusión de la ruta*

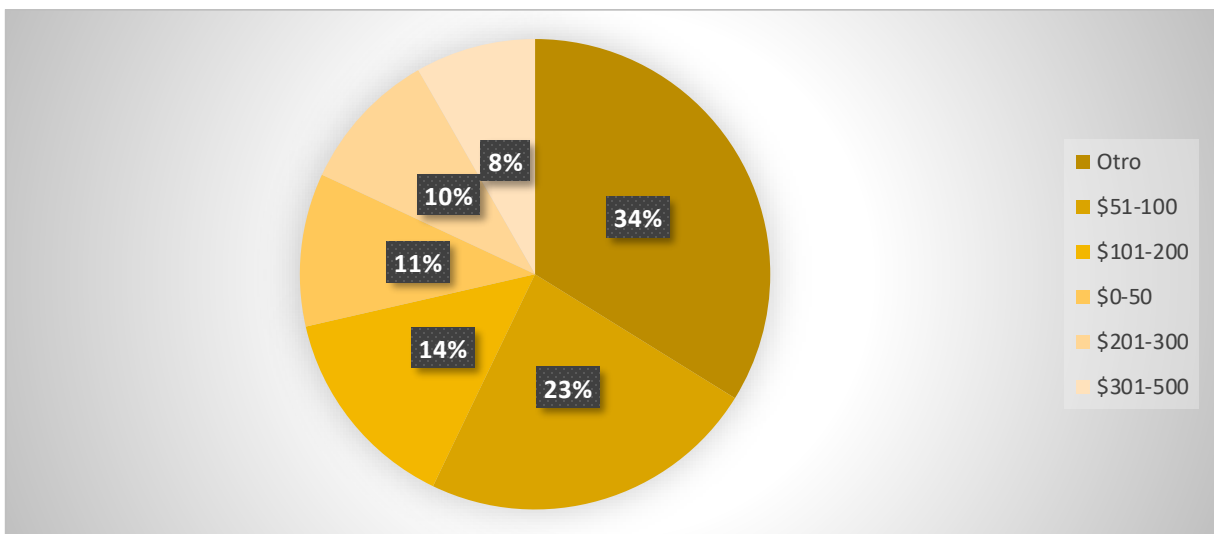


Nota: Elaboración Propia

La población opina que la mejor estrategia para difundir la ruta es por medio de las redes sociales. Véase gráfica 39.

**Gráfica 40.**

*Precio de la ruta*

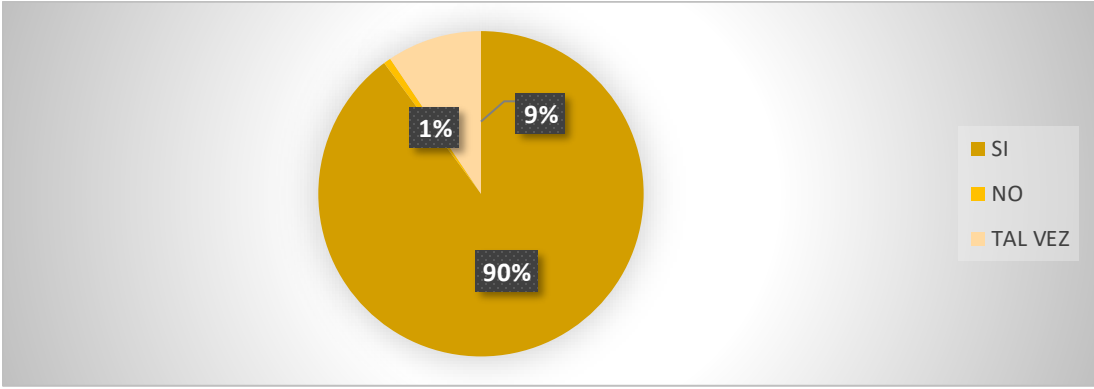


Nota: Elaboración Propia

El 34% de la población tiene una opinión diferente, pues se recibieron respuestas como que el precio dependerá de los sitios a visitar, que esté al alcance de todos, o bien, no saben un precio estimado. Véase gráfica 40.

**Gráfica 41.**

*La ruta ayudaría a comercializar el destino*

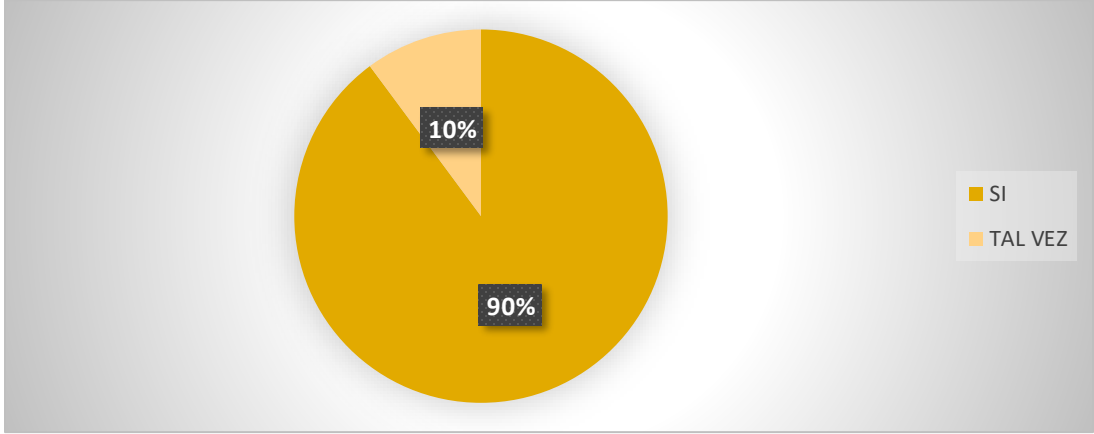


Nota: Elaboración Propia

El 90% de los pobladores opina que una ruta turística ayudaría a comercializar mejor el Pueblo Mágico de Huauchinango. Véase gráfica 41.

**Gráfica 42.**

*La ruta ayudaría al crecimiento económico del lugar*



Nota: Elaboración Propia

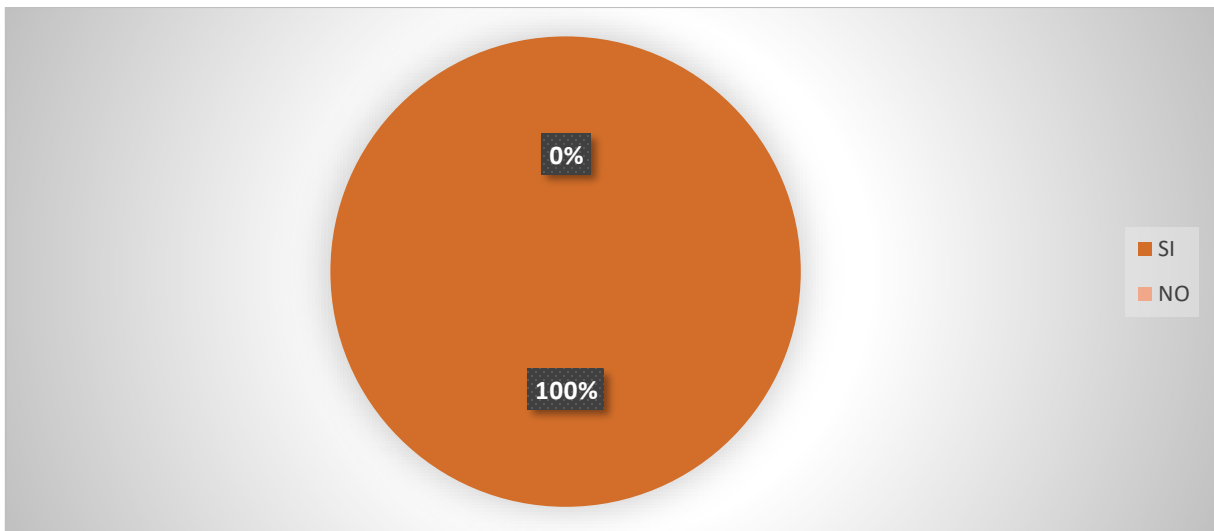
El 90% de la población opina que la implementación de una ruta turística ayudaría al crecimiento económico de Huauchinango, mientras que el 10% opina que tal vez ayudaría. Véase gráfica 42.

### 5.9.2 Resultados de entrevistas a expertos del turismo

Para finalizar la etapa de investigación de campo, se realizaron entrevistas a personas clave expertos en el turismo del municipio de Huauchinango, para conocer su opinión acerca de la creación de esta ruta y saber los beneficios que ésta podría traer al Pueblo Mágico, a continuación, se muestran los resultados obtenidos de estas entrevistas:

**Gráfica 43.**

*Conoce los principales atractivos de Huauchinango*

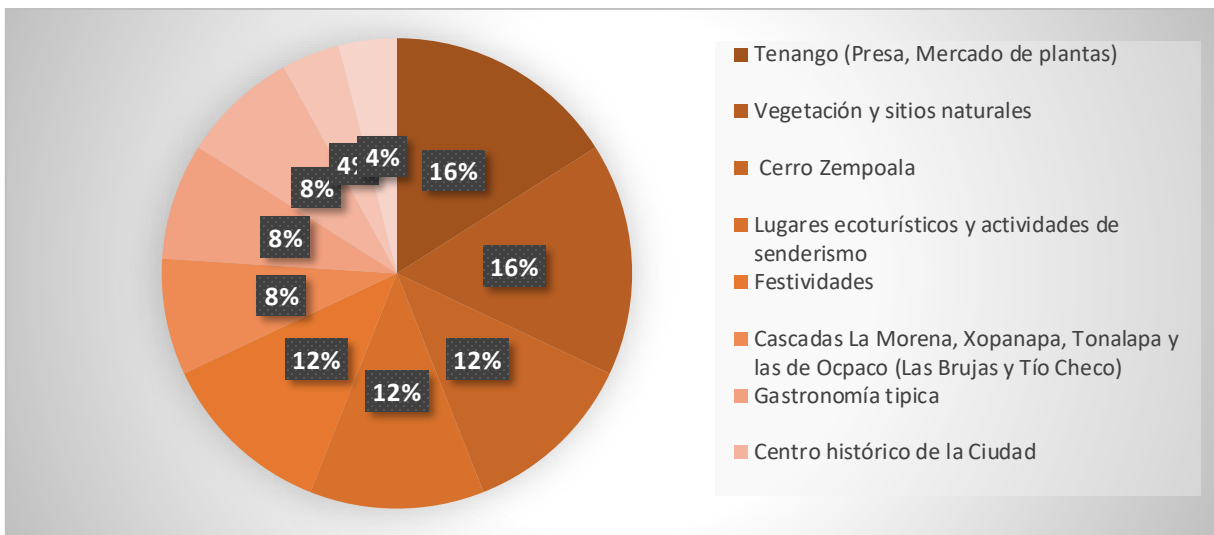


Nota: Elaboración Propia

Los expertos entrevistados conocen cuales son los principales atractivos de Huauchinango. Véase gráfica 43.

**Gráfica 44.**

*Principales atractivos de Huauchinango*

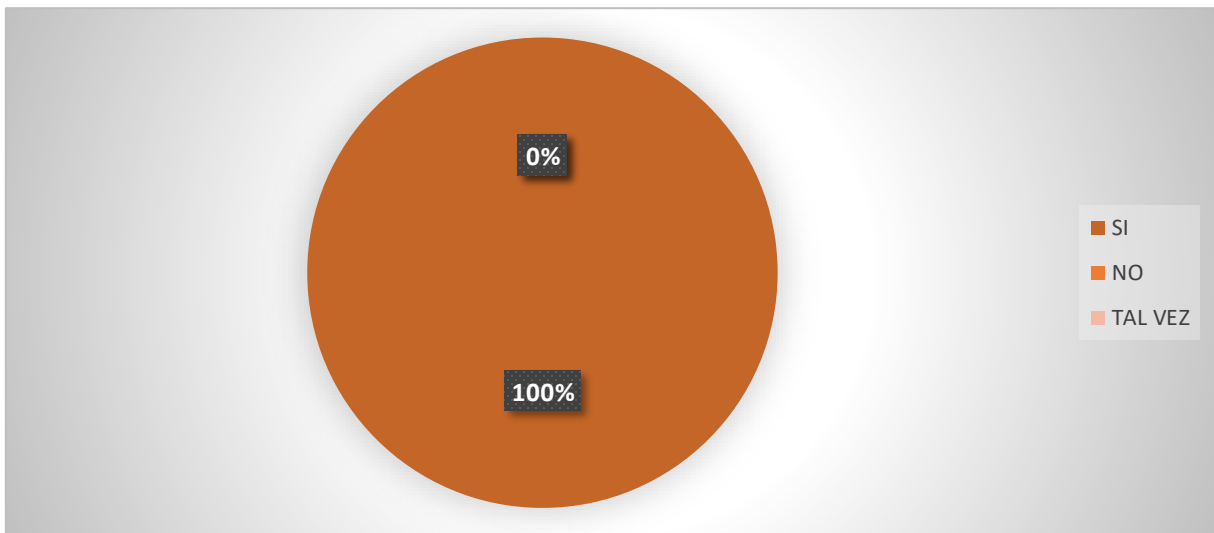


Nota: Elaboración Propia

Los expertos del turismo mencionaron los principales atractivos de Huauchinango y los que son más visitados por los turistas, haciendo principal mención en sitios de naturaleza. Véase gráfica 44.

**Gráfica 45.**

*Le gustaría una nueva ruta turística*

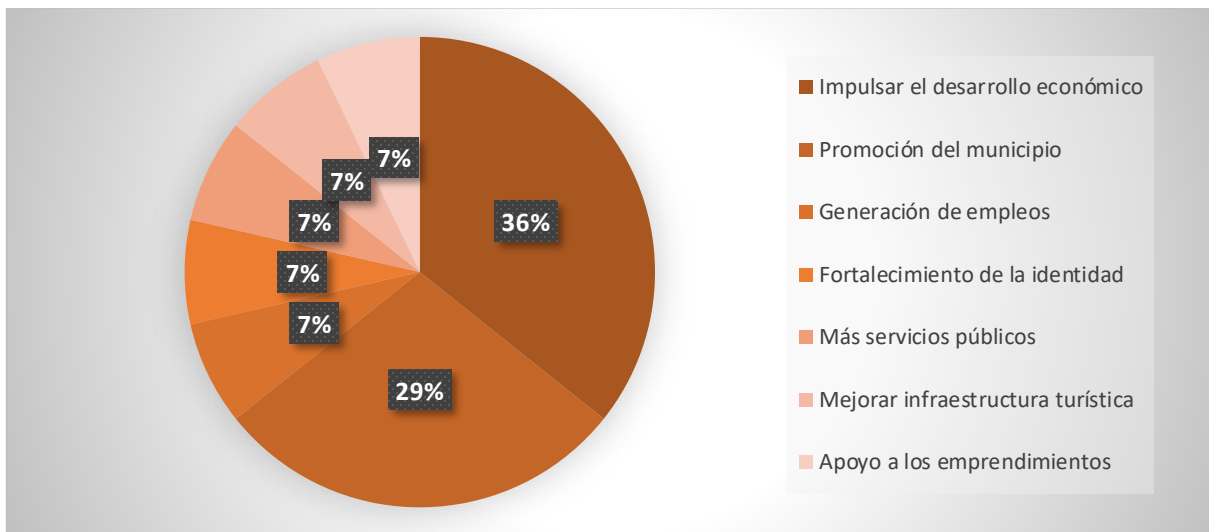


Nota: Elaboración Propia

A los expertos les gustaría que se implementara una nueva ruta turística en Huauchinango. Véase gráfica 45.

**Gráfica 46.**

*Beneficios de una ruta turística en el municipio*

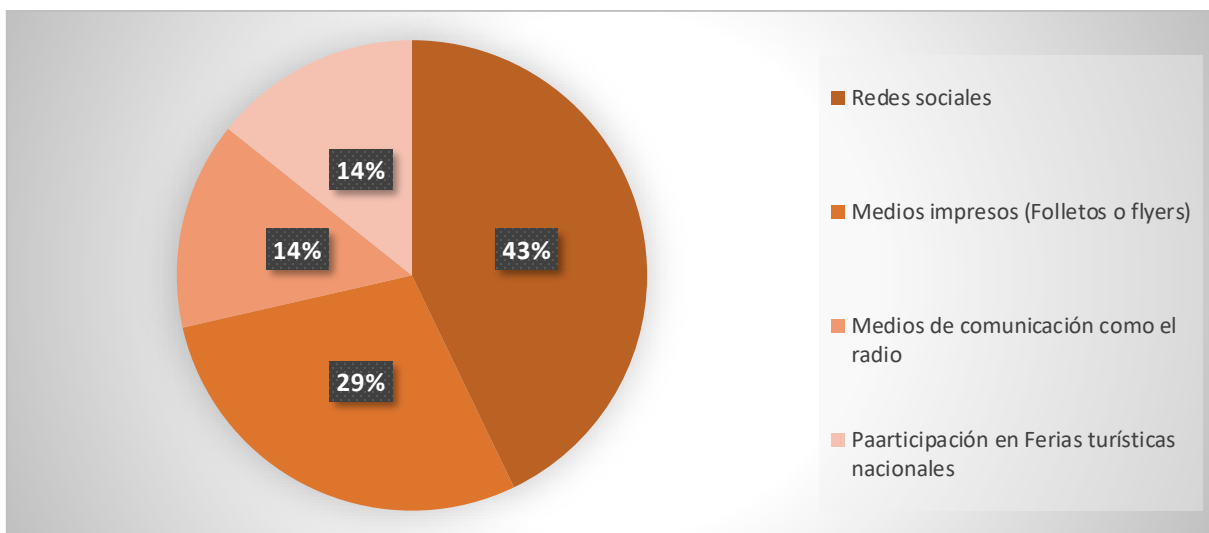


Nota: Elaboración Propia

Los expertos tuvieron opiniones compartidas acerca de los beneficios que traería una ruta turística, como impulsar el desarrollo económico, hacer promoción al municipio y generar empleos a personas locales. Véase gráfica 46.

**Gráfica 47.**

*Estrategias de difusión de la ruta*



Nota: Elaboración Propia

Los expertos tuvieron cuatro principales opiniones respecto a las estrategias por las cuales sería conveniente difundir la ruta, siendo las redes sociales la opción más mencionada, seguida de medios impresos, el radio y la participación en ferias turísticas. Véase gráfica 47.

En las últimas dos preguntas realizadas, se preguntó a los expertos si una ruta turística ayudaría a comercializar el destino y al crecimiento económico del lugar, por lo que ellos están convencidos de que efectivamente una nueva ruta ayudará a comercializar mejor el municipio, ya que habrá más visitas de turistas y que la implementación de una ruta turística va a ayudar al crecimiento económico del municipio.

## **Capítulo 6**

### **Propuesta ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla**

Finalmente se logró estructurar todos los elementos necesarios para la creación de la ruta turística de Huauchinango, a continuación, se desglosa toda la información de esta nueva ruta, así como las matrices que nos ayudaron a recopilar información importante para la implementación de la ruta.

#### **6.1 Encuesta sobre intereses de visitantes**

Se presenta en el Anexo 1, las preguntas realizadas a los visitantes de Huauchinango para conocer el perfil del visitante y sus preferencias, así como el cuestionario aplicado a personas locales y saber su opinión respecto al diseño de una nueva ruta turística en el Pueblo Mágico y la entrevista realizada a personas expertas en turismo. Véase anexo 1 y 2.

#### **6.2 Análisis PESTLE**

Este tipo de análisis permite comprender las condiciones del entorno que influyen en la toma de decisiones estratégicas (Kotler et al., 2017). A continuación, se presenta el modelo del análisis PESTLE aplicado al municipio de Huauchinango, Puebla. Véase figura 7:

**Figura 7.**

*Análisis PESTLE para el municipio de Huauchinango, Puebla*



Nota. Elaboración propia del Análisis PESTLE del municipio de Huauchinango

Este análisis permitió entender las circunstancias que influyen en el turismo de Huauchinango. Pudimos identificar algunas oportunidades significativas como la gran riqueza natural con la que cuenta este Pueblo Mágico y el ingreso económico que atrajo el sector turismo al municipio, de igual manera podemos destacar los diferentes retos relacionados con la tecnología, el eje ecológico y las situaciones legales. Este análisis complementó a la matriz FODA previamente realizada y ayudó a generar una base sólida para la elaboración de estrategias turísticas.

### 6.3 Análisis FODA

Después de analizar toda la información recopilada en las encuestas aplicadas y obtener el perfil del visitante, se presenta a continuación la matriz FODA para comprender mejor las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno del municipio de Huauchinango, Puebla.

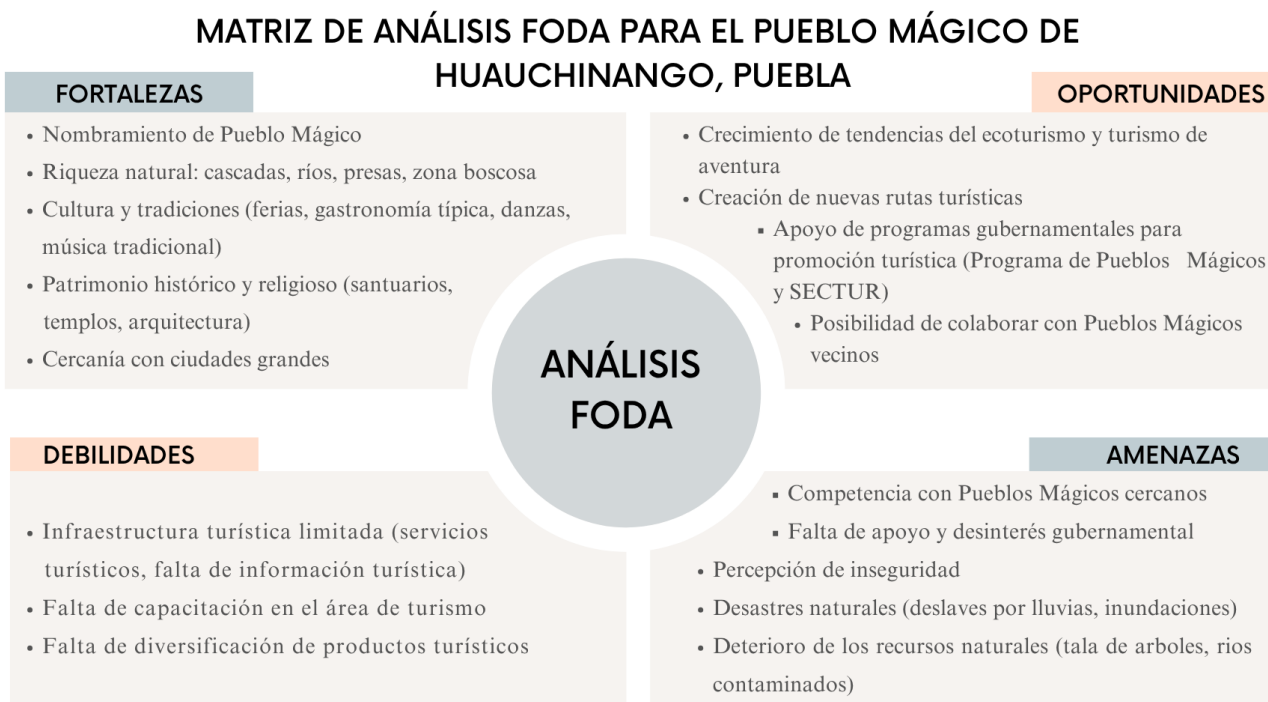
Recordemos que, según Thompson (1998) enfatiza que el análisis FODA busca un equilibrio entre la capacidad interna de la organización y su entorno externo.

Por lo tanto, es una herramienta fundamental para hacer un análisis del entorno interno y externo para evaluar la competitividad de un proyecto y si es factible o no.

Creación propia de matriz FODA del Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla. Véase figura 8:

**Figura 8.**

*Matriz FODA del Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla*



Nota. Elaboración Propia del Análisis FODA para el municipio de Huauchinango, Puebla

Huauchinango tiene un gran potencial turístico ya que posee distintos recursos naturales y culturales, sin embargo, también hay puntos negativos como lo es la amenaza de que hay Pueblos Mágicos cercanos que son más visitados, los visitantes tienen la percepción de que es un municipio inseguro y el deterioro de los recursos naturales. A pesar de ello, este Pueblo Mágico cuenta con grandes oportunidades como la creación de esta ruta turística, lo que va a generar empleos y visitas a este lugar, generando una derrama económica importante.

#### 6.4 Modelo de CANVAS

El modelo Canvas es “una plantilla visual compuesta por nueve bloques que muestran la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor”. Osterwalder y Pigneur (2010) (p.14).

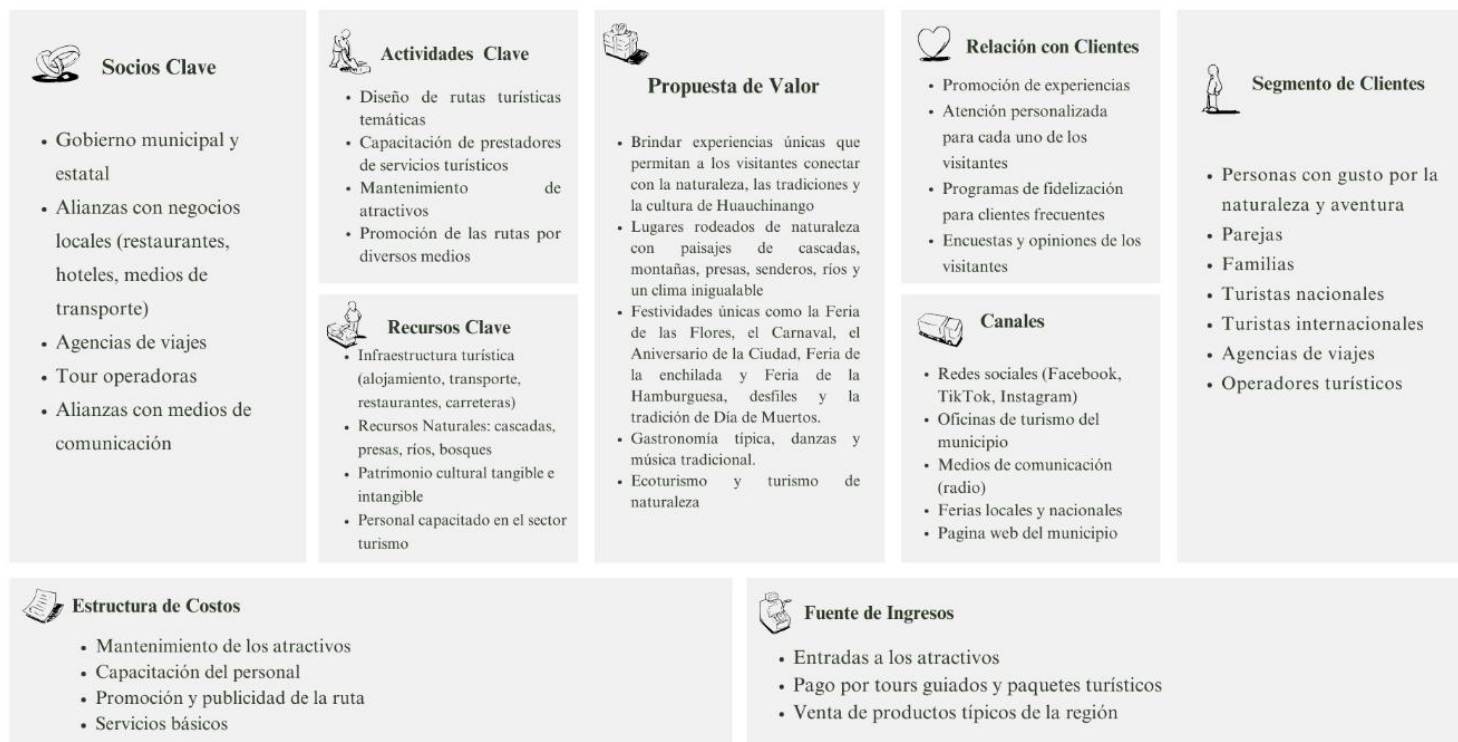
Podemos decir que es una herramienta que va a permitir representar gráficamente los elementos clave de un modelo de negocio, con el fin de facilitar la comprensión y comunicación del proyecto.

A continuación, se presenta el modelo CANVAS para el municipio de Huauchinango, Puebla. Véase figura 9:

**Figura 9.**

*Modelo CANVAS del Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla*

**MODELO CANVAS PARA EL PUEBLO MÁGICO DE HUAUCHINANGO, PUEBLA**



Nota. Elaboración propia en base al modelo CANVAS de Osterwalder, 2010

Este modelo CANVAS aplicado al municipio de Huauchinango, Puebla permitió conocer que es un sitio rodeado de muchos atractivos naturales y una gran riqueza cultural, esto es clave para la base de la propuesta de valor, ya que se muestra a los visitantes los sitios y tradiciones de este mágico lugar. Para fortalecer estos lugares y la identidad del pueblo se maximizaron diversos puntos como la infraestructura turística, los canales de distribución y la generación de relaciones con los clientes. Es importante destacar las alianzas con diferentes prestadores de servicios, así como con el ayuntamiento municipal, ya que esto además de ayudar a la generación de economía a la comunidad local ayudó a fortalecer la identidad de género de Huauchinango.

Una vez realizados estos análisis, se presenta a continuación la propuesta de la Ruta Turística “Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas” en el Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla.

#### 6.5 Nombre de la ruta

Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas Huauchinango  
Slogan: *"Huauchinango: Magia en cada caída de agua"*

#### 6.6 Elementos que la integran y tipo de ruta

La ruta diseñada será de tipo geográfica e histórica ya que se incluyeron destinos naturales y culturales. De acuerdo a los elementos identificados para la elaboración de rutas turísticas basados en diversos autores, para los fines de este trabajo de investigación y el diseño de la ruta turística para Huauchinango, Puebla se seleccionaron los siguientes componentes como los necesarios:

- Recursos turísticos
- Infraestructura y accesibilidad
- Servicios turísticos y superestructura
- Señalización y promoción
- Experiencia que tendrá el visitante e interacción con locales
- Tiempo
- Precio
- Tipo de circuito
- Difusión del circuito

La ruta turística “Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas” consiste en un circuito lineal comenzando en el centro de Huauchinango, Puebla. Los recursos turísticos que se utilizaron son las principales cascadas del municipio las cuales son: Cascadas “La Morena”, Cascada de “Las Brujas”, Cascadas “Huayatenco” y Cascada “Velo de Novia” haciendo una parada en la localidad de Xilocuautla en una de las zonas trucheras para degustar de la gastronomía de la región. Las principales actividades a realizar son senderismo, rappel, escalado, admiración de flora y fauna, degustación de platillos típicos y si es posible nado en pozas.

Esta ruta está dirigida a todo el público en general, que cuente con buena condición física para caminar por los senderos, además de tener gusto por la naturaleza y actividades recreativas. El tiempo estimado del recorrido es de 8 horas aproximadamente y el costo es de \$900 por persona.

A continuación, se presenta el itinerario del recorrido “Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas” detallado con cada actividad a realizar seguido de una tabla de costos aproximados por persona. Véase tabla 11:

### 6.7 Itinerario de la ruta

**Tabla 11.**

*Itinerario “Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas”*

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo estimado</b>	<b>Notas</b>
7:30	Inicio de recorrido en Jardín Central de Huauchinango	15 min	Reunión del grupo Bienvenida y breve explicación del recorrido y medidas de seguridad
7:45	Llegada a Cascadas “La Morena” + recorrido	1 hora	Senderismo por la naturaleza, rappel, contemplación de flora y fauna
8:45	Traslado a Ocpaco	15 minutos	Por la carretera serrana
9:00	Inicia recorrido a Cascadas “Las Brujas” (Ocpaco)	1 hora	Caminata en el bosque, tiempo para tomar fotografías
10:00	Traslado a Huayatenco	15 minutos	Por la carretera serrana

10:15	Llegada a Cascadas Huayatenco (Salto Chico)	1 hora	Paraje boscoso con caída de agua de 18 m aproximadamente. Se realiza caminata, en el lugar hay bancas, brincolines y mirador.
11:15	Traslado a Xilocuautla	15 min	Por la carretera serrana
11:30	Parada en Xilocuautla Granja "Los Capulines"	1 hora 30 minutos	Esta zona es conocida por ser productora de truchas donde se encuentran criaderos y restaurantes donde ofrecen deliciosos platillos típicos (no incluido en el paquete)
13:00	Traslado a Xopanapa	15 min	Por la carretera serrana
13:15	Recorrido a Cascada "Velo de novia"	1 hora	Zona rustica, caminata por sendero y admiración de naturaleza
14:15	Regreso al centro de Huauchinango	30 min	Por la carretera serrana
14:45	Final de la ruta		Cierre del recorrido y despedida.

Nota: Elaboración Propia

En la siguiente tabla se muestran los costos estimados por persona y por grupo para la ruta turística, incluyendo el precio de operador y precio al público con su respectivo porcentaje de margen de operación. Véase tabla 12:

**Tabla 12.**

*Costos estimados por persona*

<b>Precio de operador</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Grupo (12pax)</b>	<b>Por persona</b>
Entrada a cascadas	\$3,000	\$250
Guía	\$1,500	\$125
Transporte van por día (incluye seguro)	\$3,500	\$290
Total operador	\$8,000	\$665
Extras Comida (no incluida)	\$200-\$300	\$200-\$300
<b>Precio al publico</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Total grupo (12pax)</b>	<b>Precio por persona</b>
Precio de operador	\$8,000	\$665
+Margen de operación (35%)	\$2,800	\$1,565
Precio al público sugerido	\$10,800	\$900

Nota: Elaboración Propia

Precio sugerido al público por persona: \$900

**Detalles del recorrido turístico, logística y recomendaciones**

- **Duración:** 7 horas (31 km.)
- **Dirigida a:** Todo el público en general, que cuente con buena condición física para caminar por los senderos, además de tener gusto por la naturaleza y actividades recreativas.

- **Equipo recomendado:** Calzado para senderismo, cambio de ropa, en caso de realizar rappel casco y arnés, protector solar y repelente, botiquín equipado, botella de agua, snacks y bolsa para residuos.
- **Temporada ideal:** Octubre a mayo para evitar lluvias
- **Costo sugerido por persona:** \$900

### 6.8 Tríptico informativo

Para captar la atención de los turistas se diseñó un tríptico con la información de la ruta turística, donde se incluyen las imágenes de las cascadas y una breve explicación de ellas, tiene un apartado acerca de la gastronomía típica de la región, el mapeo de la ruta, así como un código QR que los direcciona a Google My Maps en donde pueden ver la ruta, además de una breve explicación del Pueblo Mágico de Huauchinango, Puebla. A continuación, se presenta el tríptico informativo. Véase figura 10:

**Figura 7.**

*Triptico informativo de Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas*

**LUGARES QUE VISITAREMOS**

**Cascadas "La Morena"**  
Forma parte de un circuito de cascadas en un área natural, con una caída de 20-25 metros y actividades como senderismo, rappel o escalada.

**Cascada "Las Brujas"**  
Ideal para conectar con la naturaleza en una tranquila caminata por el bosque, ubicada a 3.8 km de la localidad de Ocpaco.

**Cascada "Huayátenco"**  
Con una caída de 18 metros este increíble lugar es perfecto para realizar senderismo, campismo, y fotografía de paisajes.

**Cascada "Velo de Novia"**  
Ubicada en la localidad de Xopanapa, es un lugar ideal para admirar las formaciones rocosas, la poza formada al pie de la cascada y realizar una caminata en medio de la naturaleza.

**Redes Sociales**  
Aventura Xochiatl

**Número Telefónico**  
7761201703

**Sitio web**  
huachinango.gob.mx

**AVENTURA XOCHIATL**  
*Ruta de las Cascadas*  
**Huachinango, Puebla**

*Huachinango:  
Magia en cada  
caída de agua*

**CONOCE LA RUTA DE LAS CASCADAS**

## GASTRONOMÍA TÍPICA



### Trucha empapelada

Trucha rellena con jitomate, cebolla, chile serrano y epazote cubiertos con hoja de tomatomoxtle asados en brasas



### Enchiladas con cecina

Tortillas fritas rellenas de carne de res enrolladas y cubiertas con salsa verde, col, queso y acompañadas con cecina



### Tamales de puño

Tamales rellenos de salsa verde o roja y carne de res o pollo envueltos en hoja de papatla

**HUAUCHINANGO  
PUEBLO MÁGICO**

Huauchinango es un municipio ubicado en el estado de Puebla, nombrado en 2015 Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo, conocido por su rica historia, su hermoso entorno natural y su vibrante cultura.

Su voz náhuatl 'Huauchinango' o "Cuauchinanco" de la raíz "cuauhtl": árbol; "chinamitli": muralla y "co" significa: "En la muralla de los árboles" o "Lugar Rodeado de árboles".

Nota: Elaboración Propia

### 6.8.1 Slogan

Según Kotler y Armstrong (2017), definen el *slogan* como “una frase corta, fácil de recordar, que resume la propuesta de valor o el beneficio principal de una marca y busca reforzar su posicionamiento en la mente del consumidor”.

Para la propuesta de la ruta turística de Huauchinango, se utilizó el siguiente slogan:

*"Huauchinango: Magia en cada caída de agua"*

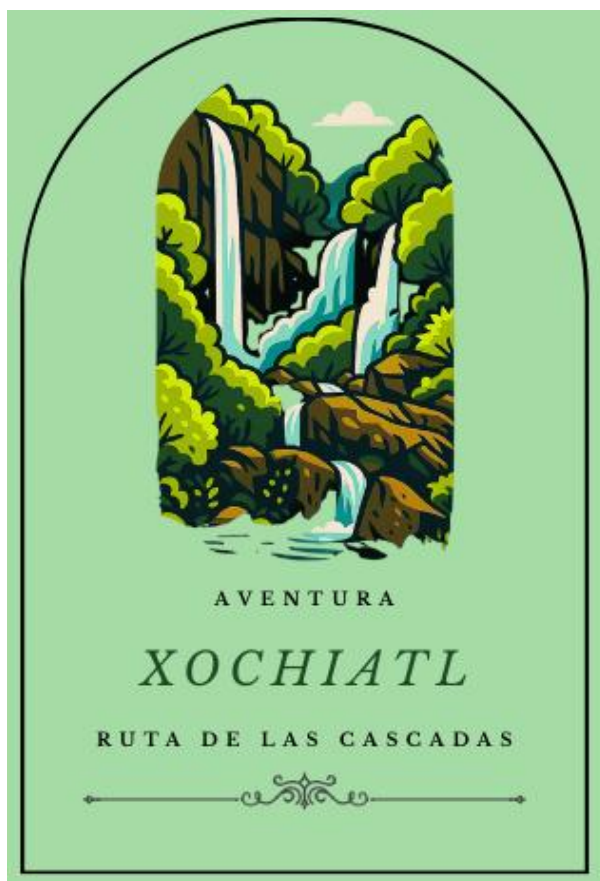
### 6.8.2 Logotipo de la ruta turística

Villafañe (1999), señala que el logotipo es “un signo gráfico, verbal o icónico que cumple la función de identificar a una organización y facilitar su reconocimiento por parte de los públicos”.

En base a esta definición, se diseñó el logotipo de la ruta turística Aventura Xochiatl. De fondo se puede ver la imagen de las cascadas representativas, incluyendo el nombre de la ruta sobre un fondo color verde representando la naturaleza de la región de Huauchinango, Puebla. Véase figura 11:

**Figura 8.**

*Logotipo de la ruta turística*



Nota: Elaboración Propia

### 6.8.3 Publicidad en redes sociales

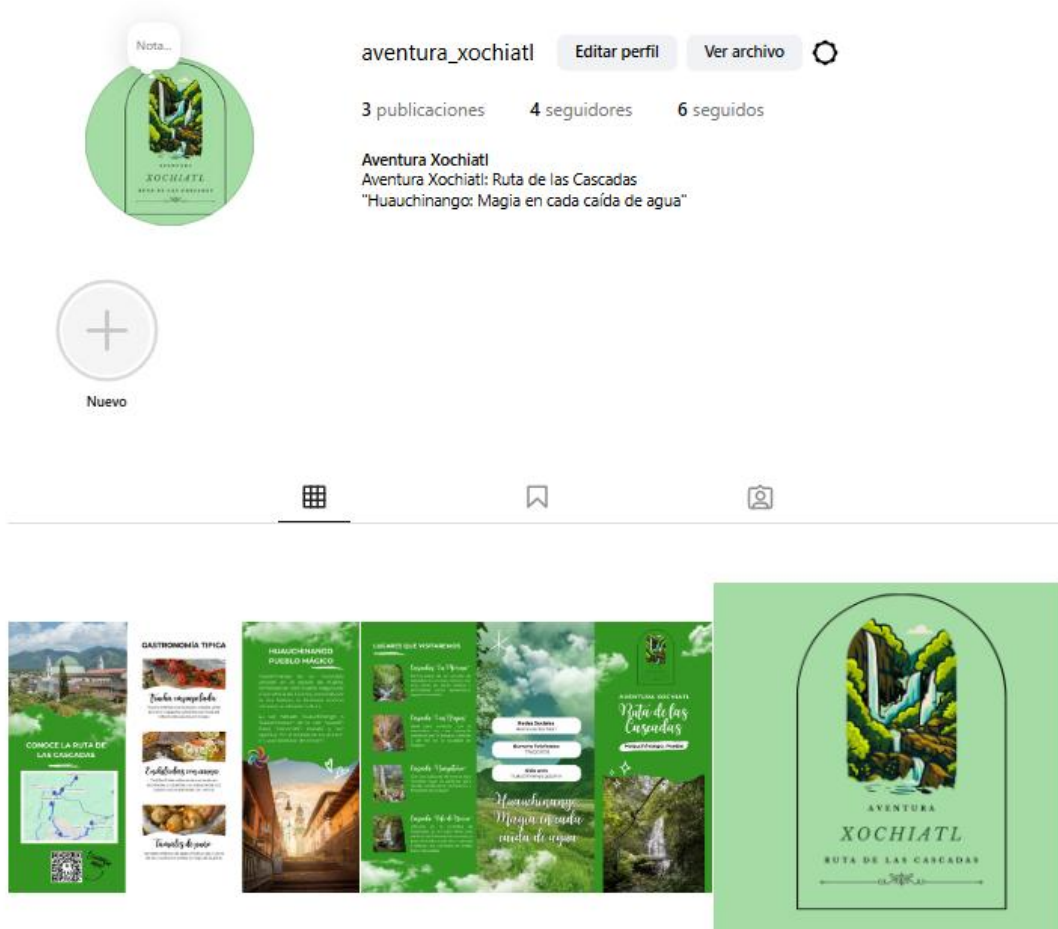
Actualmente las redes sociales juegan un papel muy importante entre la sociedad, por ello, la ruta turística Xochiatl, se promocionó por medio de redes sociales como lo son Facebook, Instagram y TikTok, siendo las redes con mayor influencia entre las personas. A continuación, se presentan las páginas oficiales de la Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas.

#### 6.8.3.1 Página de Instagram

Instagram es actualmente una de las redes sociales más influyentes en la actualidad por lo que se eligió promocionar la ruta por este medio, se muestra a continuación la figura de la página de esta red social. Véase figura 12:

**Figura 9.**

*Página de Instagram de Aventura Xochiatl*



Nota: Elaboración Propia

### 6.8.3.2 Página de Facebook

Zarem (2010) describe Facebook como una plataforma interactiva que permite a individuos y organizaciones comunicarse, compartir contenidos y generar comunidades virtuales alrededor de intereses personales o profesionales.

De igual manera Facebook es desde hace años una red social importante para estar en comunicación con otras personas, interactuar y publicar acontecimientos importantes por ello, se creó una página para promocionar la ruta. Véase figura 13:

**Figura 10.**

*Página de Facebook Aventura Xochiatl*



Nota: Elaboración Propia

### 6.8.3.3 Pagina de TikTok

Kaye, Chen y Zeng (2021) definen TikTok como una plataforma de redes sociales basada en videos cortos, diseñada para crear, compartir y descubrir contenidos audiovisuales, donde los algoritmos juegan un papel clave en la personalización de la experiencia del usuario.

Debido a la gran popularidad de TikTok en el mercado, se eligió utilizar esta red social para promocionar la ruta turística, se muestra a continuación la página elaborada. Véase figura 14:

**Figura 11.**

*Página de TikTok de Aventura Xochiatl*



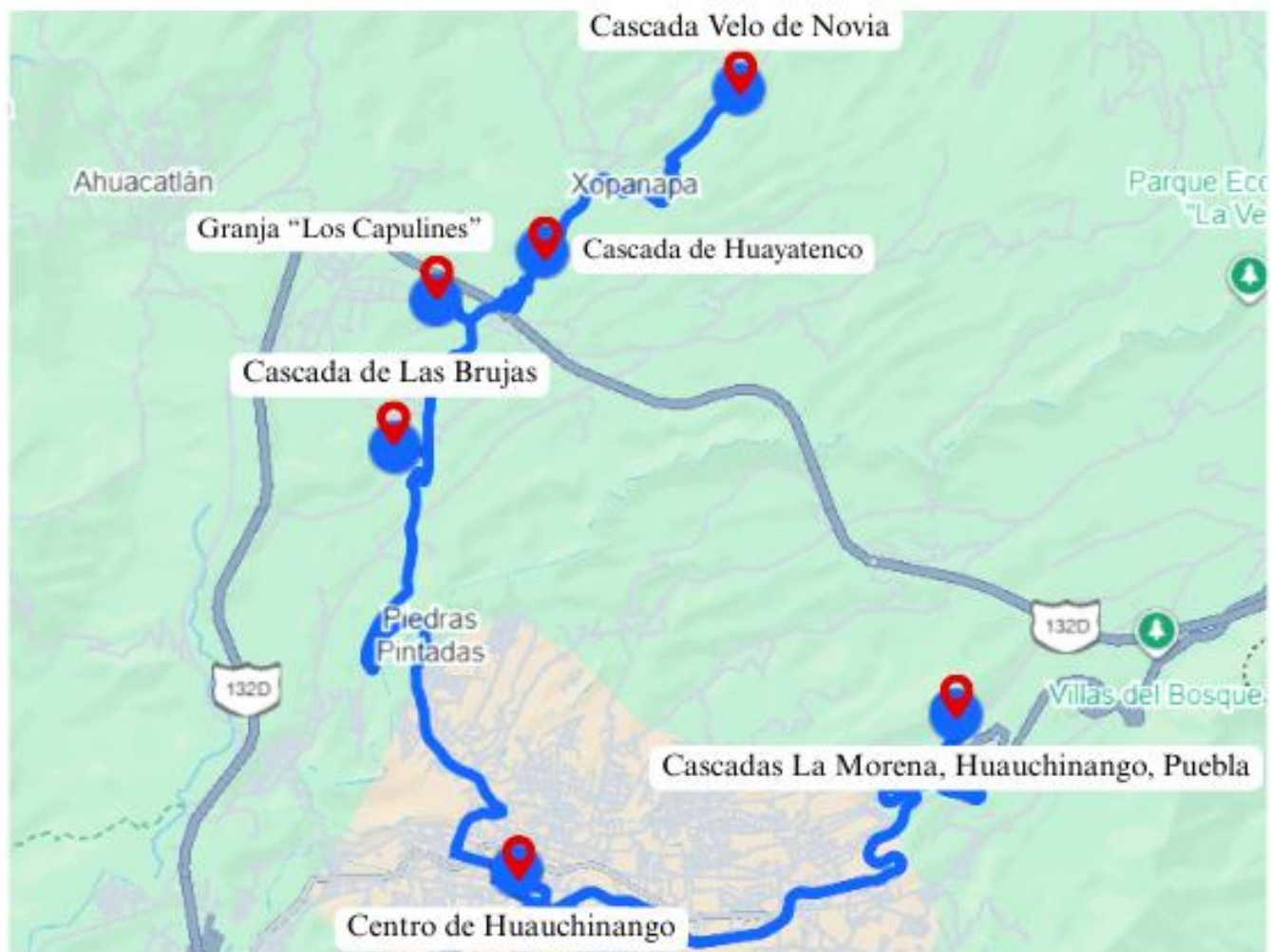
Nota: Elaboración Propia

## 6.9 Mapeo de la ruta

Se presenta el mapeo de la ruta turística Aventura Xochiatl: Ruta de las Cascadas, dando inicio en el centro de Huauchinango, y finalizando en la cascada “Velo de Novia”, con una duración de aproximadamente 11 horas recorriendo 31km recorriendo el hermoso paisaje de la Sierra Norte de Puebla, pasando por las localidades rurales de Huauchinango y disfrutando el clima típico de la región. Véase figura 15:

**Figura 12.**

*Mapeo de la ruta Aventura Xochiatl*



Nota: Elaboración Propia

## Conclusiones

El propósito de este trabajo de investigación consistió en diseñar una ruta turística para el Pueblo Mágico de Huauchinango en el Estado de Puebla, mediante la investigación realizada, se identificó que este municipio tiene un gran potencial para la creación de este tipo de rutas, ya que cuenta con una gran riqueza natural y cultural. El fin de este trabajo es aprovechar responsablemente los recursos del municipio para fortalecer la oferta turística local y generar un impacto económico y social mediante el diseño de la ruta.

En esta investigación se identificaron los principales atractivos del municipio, y se jerarquizaron de acuerdo a su tipo. Se realizaron diversas encuestas para conocer la opinión de los locales, así también para identificar el perfil del visitante, y se muestran los resultados obtenidos en gráficas, sus opiniones nos permitieron saber que era lo que los visitantes buscaban en el destino, y que fue lo que más les gustó, y que servicios recomiendan para su próxima visita. Posteriormente se realizaron tres análisis: PESTLE, FODA y CANVAS. En cada uno de ellos se identificaron puntos de referencia y elementos necesarios para consolidar la ruta turística en el municipio y que el proyecto sea factible.

Se logró el diseño bien planificado de la ruta turística en el municipio ya que cuenta con los elementos necesarios para su desarrollo y se tienen las condiciones de generar experiencias únicas e irrepetibles en el lugar.

## Recomendaciones

Se recomienda realizar encuestas para actualizar el perfil del visitante.

Capacitar constantemente a los prestadores de servicios turísticos.

Se sugiere seguir creando estrategias de difusión conforme vayan innovando las redes sociales.

Involucrar a la población local para generar un mejor desarrollo del municipio.

Realizar evaluaciones constantes para saber qué tan conforme está el visitante con su experiencia.

Buscar alianzas con instituciones para fortalecer la promoción y financiación del proyecto.

Aplicar medidas que ayuden a promover el cuidado de los sitios visitados, así como la preservación el patrimonio intangible y tangible de Huauchinango.

## Referencias

- Aecit. (2024). *Impactos del turismo desde la perspectiva de la sociología del turismo*. AECIT. <https://surl.li/djwuek>
- Boullón, R. (1997). *Planificación del espacio turístico*. Trillas.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Trillas.
- Cárdenas-García, P.J., Sánchez-Rivero, M., y Pulido-Fernández, J.I. (2015). Does tourism growth influence economic development? *Journal of Travel Research*, 54(2), 206-221.
- Central de Autobuses de Huauchinango*. Horario Autobuses Mexico. <https://info.horariodeautobuses.com.mx/central-de-autobuses-de-huauchinango>
- Compendio de Información Geográfica Municipal 2010 Huauchinango Puebla*. (2010). INEGI. Recuperado 20 de febrero de 2025, de <https://surl.li/riwija>
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualization, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13.
- Datatur3 - Glosario*. (2025). <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- De Cervantes, B. V. M. (s. f.). *El autor de la arquitectura popular*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <https://surli.cc/liqzaj>
- De Ceupe, B. (2019, 3 diciembre). Ceupe. *Ceupe*. <https://surl.li/ubsnoa>
- De Estadística y Geografía Inegi, I. N. (2025). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. <https://www.inegi.org.mx/>
- De Turismo, S. (2020). *Huauchinango, Puebla*. gob.mx. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/huauchinango-puebla>
- Elementos del sistema turístico*. (2016). <https://alionquijada.blogspot.com/2016/07/sistema-turistico-nacional.html>
- Factores positivos y negativos del turismo cultural*. (2010, diciembre 14). Barcelona Cultural Tour. <https://surl.li/yuhhcd>
- García, M., y López, J. (2020). *Diseño y gestión de rutas turísticas: Principios y aplicaciones*. Editorial Turismo Global.
- Gestión de Destinos Turísticos (2018) El Sistema Turístico: Definición, composición, interacciones*. <https://surl.lt/xorkxs>

- Glosario de términos de turismo / OMT.* (2025). <https://www.unwto.org/es/glosarioterminos-turisticos>
- Hall, C. M., y Sharples, L. (2008). *Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Markets.* Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M., y Gössling, S. (2019). *Sustainable tourism: A global perspective.* Routledge.
- Huauchinango, Puebla.* (2016). Secretaría de Turismo. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/huauchinango-puebla>
- Huauchinango.* (2020). <https://surl.li/mjipct>
- Hunziker, W., y Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre.* Zürich: Polygraphischer Verlag.
- Introducción a los productos turísticos.* (2023). [Diapositivas]. Subsecretaria de Turismo Gobierno del Estado de México. <https://surl.li/wwobna>
- Johnson, G., Scholes, K., y Whittington, R. (2006). *Exploring corporate strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.
- Las clasificaciones del turismo y las nuevas tendencias.* (2025). Bancomext. Recuperado 1 de febrero de 2025, de <https://surl.li/dnplvb>
- Los efectos socio-culturales del turismo.* (2024). <https://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>
- Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., Green, S. T., Horsfall, D., y Mannion, R. (2011). *Medical tourism: Treatments, markets and health system implications: A scoping review.* OECD Publishing.
- Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico.* (2018). [Diapositivas]. Ministerio de Turismo.
- Mill, R. C., y Morrison, A. M. (2002). *The tourism system* (4th ed.). Kendall/Hunt Publishing Company.
- Monografía Huauchinango.* (2019). Scribd. Recuperado 20 de febrero de 2025, de <https://es.scribd.com/document/746253624/Monografia-Huauchinango>
- Molina, M., y Parra, F. (2013). *Diseño y gestión de productos turísticos.* Síntesis.

- Ojeda Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *Revista Iberoamericana de Investigación en Educación*, 8. <https://riied.org/index.php/v1/article/view/194>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Informe sobre tendencias del turismo global. OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Turismo para un desarrollo inclusivo. <https://www.unwto.org/es/turismo-para-un-desarrollo-inclusivo>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Tourism and sustainability: Principles and strategies. UNWTO Publications.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). Tourism in the 21st century: Trends and challenges. <https://www.unwto.org>
- Page, D. J., y Connell, J. (2019). *Tourism : A modern synthesis* (5th ed.). Cengage Learning.
- Portal de información municipal y Regional del Gobierno del Estado de Puebla. / Subsecretaría de Planeación.* (2025). <https://ceigep.puebla.gob.mx/fichas/demosocial/71/HUAUCHINANGO>
- Pritchard, A., Morgan, N. J., Sedgley, D., y Jenkins, A. (2000). Sexuality and holiday choices: Conversations with gay men. *Tourism Management*, 21(5), 311-323.
- Rodríguez, P., y Pérez, J. (2021). Experiencias personalizadas en el turismo de romance: Un análisis de tendencias globales. *Estudios Turísticos*, 28(2), 78-95.
- Staff, E. T. (2025, 3 febrero). *¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Entorno Turístico. <https://surl.li/mwgcst>
- Programa Pueblos Mágicos.* (2016). Secretaría de Turismo. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- Rutas Turísticas en México.* (2025). Programa Destino México. <https://programadestinosmexico.com/rutas-turisticas-en-mexico/>
- Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M., y Antón Clavé, S. (2017). *Análisis territorial del turismo: Una nueva geografía del turismo.* Tirant lo Blanch.
- Zarem, J. (2010). *How to Measure Social Media.* American Marketing Association.

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Cuestionario perfil del visitante en Huauchinango, Puebla



#### ENCUESTA PERFIL DEL VISITANTE EN HUAUCHINANGO ESTADO DE PUEBLA

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo realiza esta investigación para conocer el perfil del visitante en el municipio de Huauchinango, Puebla con el propósito de conocer el origen, características y comportamiento de sus visitantes. Por lo anterior, le agradecemos su cooperación para el llenado del siguiente formulario.

1. Sexo
2. ¿Cuál es su año de nacimiento?
3. ¿Cuál es su lugar de residencia?
4. ¿Grado de escolaridad?
5. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual aproximado?
6. ¿Cuál es su ocupación principal?
7. ¿Con quién realizó este viaje?
8. ¿Cuántas personas forman su grupo de viaje, incluyéndose a usted?
9. ¿Cuál fue el motivo principal de su visita a Huauchinango?
10. ¿Cuál fue el motivo de mayor importancia para seleccionar Huauchinango como punto de visita?
11. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a este destino?
12. ¿Cuánto tiempo permaneció o permanecerá en Huauchinango?
13. ¿Utilizó servicio de hospedaje durante su visita?
14. ¿En dónde se hospedó?
15. ¿Principalmente porque medios de comunicación se enteró de Huauchinango, Puebla?
16. ¿Es la primera vez que visita Huauchinango?
17. ¿Cuál es el gasto total aproximado incluyendo a sus familiares o amigos en su visita a este lugar?
18. ¿Cuál es su gasto individual aproximado en esta visita?
19. ¿Qué lugares de interés ha visitado o visitará en Huauchinango?
20. ¿Encontró suficiente información turística de qué hacer en este lugar?
21. ¿Visitará otros destinos turísticos de Puebla?
22. En su opinión el trato de los Huauchinanguenses fue:
23. ¿Qué le gustó más de esta visita en Huauchinango?
24. ¿Que no le gustó de esta visita a Huauchinango?
25. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en su próxima visita?
26. ¿Repetiría su visita a Huauchinango?

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!**

## Anexo 2

### Cuestionario de población local de Huauchinango, Puebla



#### ENCUESTA PARA LOCALES EN HUAUCHINANGO ESTADO DE PUEBLA

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo realiza esta investigación para conocer la opinión de los residentes acerca de la creación de una nueva ruta turística en el municipio de Huauchinango, Puebla. Por lo anterior, le agradecemos su cooperación para el llenado del siguiente formulario.

1. Sexo
2. ¿Cuál es su año de nacimiento?
3. ¿Grado de escolaridad?
4. ¿Conoce cuáles son los principales atractivos de Huauchinango?
5. ¿Le gustaría que hubiera una ruta turística para el municipio?
6. ¿Cuáles considera que son los beneficios que una ruta turística podría traer al municipio?
7. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia de promoción para divulgar una nueva ruta?
8. ¿Cuánto se podría cobrar por la ruta?
9. ¿Considera que una ruta turística ayuda a comercializar de una mejor manera el destino turístico?
10. ¿Considera que la creación de una ruta turística ayudará al crecimiento económico de la localidad?

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!**

### Anexo 3

#### Entrevista a expertos del turismo



#### ENTREVISTA PARA EXPERTOS EN TURISMO EN HUAUCHINANGO ESTADO DE PUEBLA

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo realiza esta investigación para conocer la opinión de las personas expertas en turismo acerca de la creación de una nueva ruta turística en el municipio de Huauchinango, Puebla. Por lo anterior, le agradecemos su cooperación para el llenado del siguiente formulario.

1. ¿Conoce cuáles son los principales atractivos de Huauchinango?
2. ¿Le gustaría que hubiera una ruta turística para el municipio?
3. ¿Cuáles considera que son los beneficios que una ruta turística podría traer al municipio?
4. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia de promoción para divulgar una nueva ruta?
5. ¿Considera que una ruta turística ayuda a comercializar de una mejor manera el destino turístico?
6. ¿Considera que la creación de una ruta turística ayudará al crecimiento económico de la localidad?

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!**