

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL
(UCI)

AGAVETURISMO COMO ESTRATEGIA DE REGENERACIÓN BIOCULTURAL



NOMBRE DEL SUSTENTANTE
ARMANDO VÁZQUEZ MORALES

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL
TURISMO SOSTENIBLE.

San José, Costa Rica

Abril 2024

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

MARIO A. SOCATELLI
PROFESOR TUTOR

KAROL CASASOLA.
LECTOR No.1

CARLOS BRICEÑO.
LECTOR No.2

ARMANDO VÁZQUEZ MORALES
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A mi querida familia, que me ha brindado un apoyo inquebrantable y valiosas lecciones de amor a lo largo de mi viaje, dedico esta labor de amor.

Esta dedicación se extiende a cada individuo de la comunidad que, al igual que yo, se dedica a crear un mundo más sostenible con prácticas regenerativas para las generaciones futuras.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios por la vida, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis queridos y amados padres Raúl Vázquez Galicia y Celina Morales Moctezuma por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida a seguir y por llenar mi vida de alegrías y amor cuando más lo he necesitado al igual que toda mi familia.

A mi compañera de vida y dualidad Natalia Zamudio Ortuño y mis hijos Dhipaak Yei Mazatl Vázquez Zamudio y Misminay Centli Vázquez Zamudio.

A mis amigos y amigas en las comunidades, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, por motivarme a seguir adelante, a mis amigos locales por ser una parte muy importante en mi vida y estar durante el proceso siempre creyendo en mí, por su amistad y amor incondicional, gracias.

Y claro a todos y todas las participantes de la red Agaveturismo.

INDICE

HOJA DE APROBACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
RESUMEN EJECUTIVO	x
CAPÍTULO I	12
INTRODUCCIÓN	12
1.1 Antecedentes	12
1.2 Problemática	19
1.3 Justificación del problema	23
1.4 Supuestos	25
1.5 Restricciones	26
1.6 Objetivo	27
1.6.1 Objetivo general	27
1.6.2 Objetivos específicos	27
CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
2.1 Marco Conceptual	29
2.1.1 Concepto de Turismo.	29
2.1.2 Turismo Rural	29
2.1.3 Desarrollo	32
2.1.4 Desarrollo Sustentable.	33
2.1.5 Turismo Sostenible.	34
2.1.6 Concepto de estrategia	34
2.1.7 Desarrollo Regenerativo	35
2.1.8 Sense of Place	39
2.1.9 Modelo de experiencia de reinos de Pine y Gilmore	39
2.1.10 Brand “storytelling“	40
2.1.11 El viaje del héroe	41
2.1.12 Interpretación del Patrimonio	42
2.1.15 Identificar insights: nuevas motivaciones ocultas para proponer a los huéspedes	45
2.1.16 Naim.	45
2.1.17 Diferencia entre claim, eslogan y tagline	46
2.1.18 Puesta en Valor	47
2.1.19 Experiencia Mínima Viable	48

2.1.20 Ecología Profunda “Deep Ecology”	49
2.1.21 “Flow map”	50
2.1.22 Aprendizaje transformativo.....	50
2.1.23 Diversidad biocultural	52
2.1.24 La Cosmovisión del agave.	53
2.1.25 Patrimonio Biocultural.....	54
2.1.26 Agaves.	55
2.1.27 Metepantles.....	57
2.1.28 ¿Qué es un sistema agroforestal?	57
2.1.29 Servicios ambientales de los sistemas agroforestales	58
2.2 Marco referencial o institucional.....	58
CAPÍTULO III.....	61
MARCO METODOLÓGICO	61
3.1 Método de Investigación.....	61
3.2 Enfoque de Investigación	63
3.3 Fuentes de información	64
3.3.1 Fuentes Primarias.....	64
3.3.2 Fuentes Secundaria.....	64
3.3.3 Fuentes Terciarias.	65
3.4 Técnicas de Investigación	65
CAPÍTULO IV	67
DESARROLLO	67
4.1 Valoración del Diagnóstico.....	67
4.1.1 Características Generales	67
4.1.2 Características climáticas	68
4.1.3 Flora y fauna	69
4.1.4 Características Socio Económicas.....	69
4.2 Análisis de la Oferta	70
4.2.1 Recurso turístico de Calpulalpan	70
4.2.2 Recurso Turístico de Nanacamilpa	71
4.2.3 Recurso Turístico de Hueyotlipan.	72
4.2.4 Recursos Turísticos en Españita.....	74
4.3 Gastronomía en el espacio turístico donde se oculta el sol.....	74
4.4 Diseño de Producto	76
4.4.1 Donde se Oculta el Sol Ixtacuixtla, Españita, Hueyotlipan, Nanacamilpa y Calpulalpan.....	76
4.4.2 Atractivos turísticos con potencial en la región.....	77
4.5 Emprendimientos de la red agaveturismo en el poniente de Tlaxcala	78
4.6 Propuesta de ruta	78
4.7 Ejemplo de programa de dos días de actividades	78

4.8 Demanda turística postmoderna.....	79
4.9 Análisis de la demanda	81
4.10 Concepto de Turismo y su aplicación para el Agaveturismo.....	81
4.15 Testimonio	82
4.16 Turismo Sostenible y su aplicación al Agaveturismo	82
4.17 Áreas de oportunidad en sostenibilidad para el Agaveturismo.....	84
4.18 Desarrollo regenerativo y agaveturismo	86
4.19 Gilmur y Pine economía a de experiencias para el agaveturismo.....	88
4.20 Ejemplo de “Story telling” al espacio turístico Donde se Oculta el Sol.....	93
CAPÍTULO V	103
5. Propuesta de curso de capacitación	103
5.1 Temario.....	103
CAPITULO VI	107
CONCLUSIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA.....	111
Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN.....	113
Anexo 2. FODA.....	116
Anexo 4. Resultados de Encuestas	127
Anexo 5. Evidencia Fotográfica.....	130
Anexo 6. información de los que conforman el producto para subirlo a una plataforma.....	164

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Vertientes del Modelo de Gestión Estratégica.....	15
Figura N°2: Pilares del Desarrollo Regenerativo.....	37
Figura N°3: Modelo de reinos de experiencia de Pine y Gilmore.....	40
Figura N°4: El viaje del héroe.....	42
Figura N°5: Aspectos que se deben controlar en el diseño de la EMV.....	44
Figura N°6: Lienzo Puesta en Valor.....	47
Figura N°7 Experiencia Mínima Viable.....	48
Figura N°8 Esquema del proceso general de diversificación biocultural.....	52
Figura N°9: Mapa distribución de agaves en México.....	56
Figura N°10 Ubicación de Tlaxcala cerca del Aeropuerto de Puebla y CDMX.....	59
Figura N°11 Mapa de Suelos Erosionados en Tlaxcala.....	61
Figura N°12 Ubicación del espacio turístico estudiado.....	69
Figura N°13 Códice que habla de Hueyotlipan.....	73
Figura N°14 Espacio Turístico Donde se Oculta el Sol.....	76
Figura N°15 Propuesta de Ruta Agaveturismo.....	78
Figura N°16 Ejemplo programa de 2 días.....	79
Figura N°17 Secuencia Herramienta “story Telling“ según López Guevara.....	92
Figura N°18 Ejemplo de Experiencia Agaveturismo.....	93
Figura N°19 Sistema metepantle, sistema milpa asociada a frutales nativos.....	97
Figura N°20 Evolución a vivencia transformativa con Flow Map.....	99

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Evolución a vivencia transformativa con Flow Map.....	98
Cuadro N°2 Sentido del Lugar.....	99
Cuadro N° 3 Coherencia Experiencial	100
Cuadro N° 4 Momentos de la Verdad de José Cantero	101

RESUMEN EJECUTIVO

A pesar de que Tlaxcala cuenta con un gran patrimonio cultural y biocultural ocupamos el último lugar en captación de turismo y por lo tanto desde hace más de 20 años estamos empantanados al no poder llegar a las 2 noches de estadia promedio ya que en Tlaxcala no tenemos playas de arenas blancas bañadas por aguas cristalinas y tropicales, mucho menos contamos con grandes resorts con centros comerciales para propiciar el turismo de compras y fiesta nocturna. No obstante, Tlaxcala cuenta con una vasta reserva de recursos patrimoniales en su territorio (patrimonio biocultural, historia y tradiciones) que, de ser gestionados de forma, pueden convertirse en promotores de acciones precursoras del buen vivir, la innovación social, la justicia distributiva, la resiliencia social, la sostenibilidad y aplicar herramientas de planificación en desarrollo regenerativo a los espacios rurales del territorio tlaxcalteca siendo el escenario donde se ubican los recursos patrimoniales en torno a la planta del Agave, que pueden sustentar la construcción de una estrategia turística que incluye el diseño de vivencias, alrededor de cada lugar y de las actividades tradicionales que allí se desarrollan existen sabidurías y lecciones de vida que pueden ser retomadas y reinterpretadas para generar transformaciones sociales. No se trata de proponer la llegada de empresas turísticas como la construcción de plazas comerciales o de hoteles de gran turismo, con el objetivo de generar empleo para cierto grupo de personas; más bien, se trata de reconocer nuestra riqueza interna y, a partir de ello, fomentar un esquema de turismo incluyente donde participen las personas detentoras de la memoria histórica, los guardianes del patrimonio biocultural del agave, los reproductores de la herencia quienes compartirán con los visitantes lecciones sobre el valor, significado y utilidad actual del legado cultural y natural que da identidad al pueblo tlaxcalteca.

La meta es imaginar, en vez de tres hoteles de cadena trasnacional donde trabajarán no más de 300 personas, una red de destinos locales operados por los lugareños, debidamente capacitados, encargados de ofrecer vivencias transformativas de aprendizaje, re-creación, disfrute y descubrimiento basadas en

el valor del patrimonio local. Se trata de promover un turismo que se inserte de forma coherente y complementaria al estilo de vida de las localidades no para transformarlas, sino para fortalecerlas, para fortalecer la innovación social, los aprendizajes y la valorización de las identidades locales. En este proyecto, las personas no serían empleadas, serían portavoces de su herencia, microempresarias, promotoras de la identidad tlaxcalteca y, ante todo, sujetos de su propia historia. Todo esto sin olvidar que la actividad turística, como sector económico, les permitiría generar ingresos complementarios y una regeneración biocultural entorno a la planta del agave.

Para lograr una adecuada articulación entre la población local, la cultura, los trabajos tradicionales y el turismo, se hace necesario introducir instrumentos metodológicos innovadores que propicien la participación de la mayor cantidad de actores, para que, de manera conjunta, se acuerde y planifique el trascender turístico con horizonte de corto, mediano y largo plazo. Además, se requiere fortalecer las capacidades de la comunidad local, de los agentes culturales y los gobiernos locales, en la identificación y valoración de los recursos bioculturales y atractivos del territorio, en el diseño de vivencias transformativas competitivas y en la elaboración y ejecución de proyectos desde las comunidades.

El agaveturismo como estrategia de regeneración biocultural es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística del poniente del estado de Tlaxcala, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico, inclusivo, sostenible y que brinde bienestar. Además, contribuirá, a través de su ejecución, al bienestar de la población y a la implementación de un modelo endógeno de desarrollo regenerativo para Tlaxcala.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

En el año 2016 un grupo de empresarios de Tlaxcala miembros de la marca turística “Tlaxcala ni te imaginas descúbrela”, bajo la dirección del empresario hotelero el licenciado Juan Carlos Hernández Whaibe, convocaron a prestadores de servicios turísticos y agentes culturales a participar en cursos de capacitación y poder generar un producto gastronómico y turístico en beneficio del destino. Diferentes empresarios de hospedaje, haciendas, restauranteros, cocineras tradicionales, artesanos, productores, guías, artistas, estudiantes de turismo, etc., se dieron cuenta que se tenía que hacer algo para aumentar la pernocta y por lo tanto la llegada de visitantes al estado de Tlaxcala, dado su importancia histórica, cultural, y que se cuenta con diferentes recursos y atractivos turísticos, que son la materia prima para el desarrollo del turismo. En especial la región poniente del estado de Tlaxcala, ya que cuenta con sitios arqueológicos con puestas en valor únicas en el mundo, como en Tecoaque el entierro a Ometochtli y Mayahuel 1, construcciones virreinales, biodiversidad y agrobiodiversidad, patrimonio gastronómico y cultura viva, estas características muestran que es posible aumentar la noche promedio mediante la diversificación del producto turístico. Los principales miembros de la marca turística “Tlaxcala ni te imaginas descúbrela”, para el 2017 descargaron un recurso económico para potencializar la dinámica para que turistas salgan de su lugar de origen y lleguen a visitar Tlaxcala en beneficio del sector turístico Tlaxcalteca. Gran parte de ese recurso económico fue destinado para capacitar y profesionalizar actores locales del sector turístico, por lo que se facilitaron diferentes talleres en materia de turismo como: atención al cliente, marketing turístico, creación de experiencias turísticas, costos, servicio al comensal, inocuidad en alimentos, diseño de experiencias con enfoque gastronómico y turístico. Teniendo como objetivo consolidar una oferta de producto gastronómico y turístico en conjunto con los municipios y prestadores de servicios.¹

¹ Milenio. https://www.milenio.com/cultura/hallan-entierro-prehispanico-que-es-unico-en-su-tipo_2

Por cuestiones políticas y económicas no se llegó a concluir el proyecto de la creación del producto gastro turístico, pero la última parte fue asesorada por Armando Vázquez Morales dándose a la tarea de crear un nombre para un micro segmento de mercado y nueva categoría de turismo rural denominada Agaveturismo, el cual fue del gusto para muchos de los participantes y poder fusionar dos elementos clave para el desarrollo de Tlaxcala.

El turismo es uno de los motores de la economía del país. Durante el periodo 2003 - 2019 su contribución al PIB en términos reales representó el 8.5%, en promedio. De acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo federal, en el 2019, antes del inicio de la pandemia, este sector aportó 4.5 millones de empleos directos y un saldo positivo de 14 mil 692 millones de dólares en la balanza turística nacional. Sin embargo, la actividad turística del país se contrajo sustantivamente por efectos de la contingencia sanitaria mundial, y con ello, el número de visitantes internacionales disminuyó en más de 46 mil personas entre el 2019 y el 2020, lo que significó una reducción de 7 mil 171 millones de dólares en la balanza turística, así como la caída en la contribución del sector al PIB, ubicándose en el 6.9% en el 2020. A pesar de la caída experimentada por los indicadores turísticos en el 2020, los datos disponibles del INEGI al segundo trimestre del 2021 apuntan a una recuperación. El Indicador Trimestral del PIB Turístico, en su comparación anual reportó un aumento del 52.2% en términos reales, y un crecimiento del consumo turístico interior en 62.1%, respecto a igual trimestre del 2020. A partir del análisis de los componentes del ITPIBT, también se observa un repunte: el indicador de bienes se incrementó en 57.6% y el de servicios lo hizo en 51.3%. En lo que respecta a los componentes del indicador trimestral del consumo turístico interior, el consumo turístico receptivo aumentó un 645.9% y el turístico interno se incrementó en 41.1%. Si bien es cierto que la actividad turística nacional muestra un mayor dinamismo, la generación económica del sector se encuentra lejos de los niveles previos a la emergencia sanitaria. Fuente *2 Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 de Tlaxcala*

El crecimiento turístico para Tlaxcala ha sido lento, desde el descubrimiento del sitio arqueológico de pintura mural mesoamericana Cacaxtla en 1975 hasta la creación de Valqui rico en 2018, sigue mostrando una estacionalidad muy marcada por eventos religiosos, las ferias, el fenómeno de apareamiento de la luciérnaga, la fiestas de Huamantla, incluso siendo el 2019 un año con buen flujo de visitantes para Tlaxcala, ya que en estos casos los atractivos han hecho que la demanda supere ampliamente a la oferta, saturando a los operadores locales, hoteles, establecimientos de alimentos y bebidas y a los guías que buscan mostrar la riqueza cultural y turística mediante excursiones, experiencias e itinerarios de un día y en algunos casos paquetes de 2 días como lo marcaba la temporada de luciérnagas o los eventos deportivos como el torneo de voleibol de playa. (Muñetón, 2023)

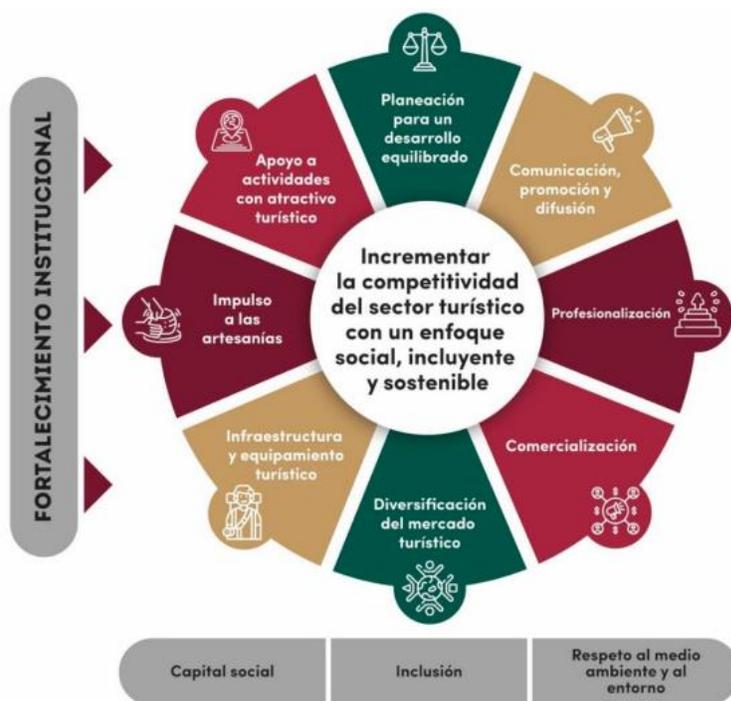
Por lo que, la dirección de promoción de la Secretaría de Turismo de Tlaxcala ha observado y vivido estas deficiencias, desarrollando nuevas propuestas de espacios turísticos, creación de producto para diversificar la oferta, y promoviendo desarrollo para zonas que se encontraban aisladas. Una de las nuevas rutas turísticas, y la más significativa, es el trayecto comenzando en la comunidad alfarera de la Trinidad Tenexyecac pasar por Españita entre paisaje agavero atravesando el bloque Tlaxcala por Hueyotlipan, Nanacamilpa y finalizar en Calpulalpan. Esta propuesta, refuerza la experiencia del visitante, mostrando los numerosos atractivos naturales, históricos, culturales y bioculturales de la zona, pudiendo tener contacto con entornos de montaña.

El año 2023 se cerró con más de 352 mil turistas, cifra que representó 43 por ciento más frente a la estadística de 2022, sin contar los visitantes del Campeonato Mundial de Voleibol de Playa 2023. Además, Tlaxcala registró 21 mil 178 visitantes en enero de 2024. De esa cifra, 19 mil 936 fueron nacionales y mil 242 extranjeros.

Con base en cifras del Observatorio Turístico Sustentable de Tlaxcala, el promedio de ocupación hotelera fue de 27.44 por ciento (25.01 de turistas nacionales y 2.43 por ciento de turistas extranjeros), la estancia promedio fue de 1.5 noches y la derrama económica fue de 663.08 millones de pesos en enero pasado. (Avendaño, 2024)

De acuerdo con el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 de Tlaxcala, el modelo de gestión estratégica de destinos se desarrolla a partir de ocho grandes vertientes, con el objetivo de incrementar la competitividad del sector turístico con una visión global, impulsada desde lo local con un enfoque social, sustentable e incluyente.

FIGURA 1. Vertientes del Modelo de Gestión Estratégica de Destinos para Tlaxcala.



Fuente: Plan Estatal de Desarrollo de Tlaxcala (2021-2027)

De igual forma se estipula que se ofrecerán las condiciones para el desarrollo de diferentes actividades turísticas de tipo cultural, religioso, arqueológico, social,

deportivo, rural, regenerativo, de romance, gastronómico, de naturaleza y de negocios, entre las más representativas.

Por lo que la política pública beneficia la implementación del Producto Agaveturismo como Estrategia de Regeneración Biocultural ya que la tendencia de crecimiento en México de lo que ahora se le llama Turismo Regenerativo va en aumento como lo muestra el estudio realizado por La Mano del Mono Consultores en Los Resultados del registro del Directorio Nacional de Emprendimientos Turísticos Transitando hacia la Regeneración, ya que 79 organizaciones de México registradas, están aplicando el pensamiento regenerativo demostrando un compromiso significativo en múltiples aspectos clave caracterizado por un enfoque holístico en la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza como un indicador positivo en sus respectivos destinos.

La trazabilidad del gobierno, la iniciativa privada, y el sector social se puede aprovechar con enfoque regenerativo aplicado al contexto del agave como biodiversidad, agricultura, agroindustria, energía y claro turismo, los cuales estos sectores en la región poniente de Tlaxcala, tienen una limitada interconexión a pesar de que poseen una gran riqueza y potencialidad. Siendo el sector agricultura y agroindustria, sectores centrales que se pueden constituir en ejes de desarrollo, que con adecuados estándares de calidad y complementado con la biodiversidad y el uso de energías renovables, es posible desarrollar un producto turístico ecológico y sostenible, que combine los atributos antes mencionados; asimismo contará con el potencial de captar el flujo turístico del acceso por el poniente la puerta grande del estado de Tlaxcala. Además, concluye el estudio que la apuesta por la diversificación del producto turístico transitando al enfoque regenerativo, resulta preponderante dentro de la dinámica económica y social de Tlaxcala, no sólo para la creación de nuevos productos o servicios que atiendan la demanda creciente en el Agaveturismo, sino también para contribuir a potenciar talento y capacidades locales, generar nuevas oportunidades para regenerar suelo, aumentaron los polinizadores, la fauna y flora local y aprovechar los recursos energéticos

renovables, dinamizando y reconfigurando valores locales y culturales hacia la regeneración del territorio-destino.

El Turismo, es una de las actividades económicas más importantes del mundo y ofrece alternativas con diferentes fórmulas desde lo más básico como: donde pasar la noche, que comer y que hacer, hasta lo más lujoso y sofisticado para poder ejercer el viaje, desde lo más convencional visitando playas paradisíacas, cruceros, lugares insólitos, sitios de moda y compras, hasta safari fotográficos, observación de fenómenos naturales, experiencias sustentables, entre muchas otras que pudiéramos enlistar pero que por el momento nos enfocaremos en el turismo rural y claro poder experimentar vivencias transformativas para la comunidad y turistas que tienen durante la estancia turística al actor principal que es el Agave una planta que todo el mundo debería de conocer ya que se tiene la oportunidad de que miles de personas que están saliendo fuera de su lugar de origen a descubrir esos múltiples espíritus de los lugares que quedan vigentes a través de nuestras culturas locales, con nuestras lenguas, la biodiversidad y agrobiodiversidad, las plantas medicinales, paisajes, mitos y leyendas, así como lugares sagrados como cuevas, lagos, lagunas, cerros, montañas y otros más que están generando desplazamiento turístico para conocerlos y que de no existir una planificación con un enfoque de regenerativo, cometeremos el mismo error de las generaciones que nos antecedieron y que ahora observamos la decadencia de muchos espacios turísticos con efectos negativos más que positivos ya que Tlaxcala y en especial la región poniente conformado por los Municipios con vocación turística como Calpulalpan, Nanacamilpa, Españita, Ixtacuixtla y Hueyotlipan, aunado a que se tiene la ventaja de que este espacio turístico se encuentra muy cerca de CDMX siendo este un sitio de distribución turística para el país y poder ser beneficiados en captar turistas a Tlaxcala que es conocida nacionalmente por su cultura, su gastronomía pero claro también por su pulque que es la bebida tradicional de México, producto del Agave.

Por tal motivo esta nueva categoría denominada agaveturismo servirá como una estrategia de concientizar a las personas locales y viajeros pero sobre todo a la generación de relevo, de la importancia del agave y sus múltiples usos para el ser humano como la producción de alimentos, bebidas, casa y sustento aunado a los beneficios y servicios ambientales que aporta la humanidad como el filtrar el agua al subsuelo, recargar los mantos acuíferos, prevenir erosión eólica y fluvial limpiar el oxígeno, entre otros. Por lo tanto los viajeros experimentan de la mano con la comunidad una inmersión al maravilloso mundo del agave, su cosmovisión y por qué es tan importante hablando culturalmente, para el mundo y como desde la comunidad de la vida del sistema Metepantle que son las bardas o hileras de agaves, nosotros como humanidad, podemos seguir el ejemplo de la planta al pasar de miles de años resistiendo a cambios climáticos, sequías, abundantes aguas, deforestaciones, la revolución verde y que sigue vigente esta planta en los lugares más agrestes y que brindan alimento no sólo para humano, sino para otras especies como aves, murciélagos, gusanos y que si como seres humanos aprendiéramos de esta planta podemos cambiar algo en nuestras vidas por convicción después de conocer el agaveturismo.

Actualmente diferentes prestadores de servicios turísticos, guías, haciendas, hoteles, restaurantes artistas, tlachiqueros, mezcaleros, cocineras, agentes culturales etc., ponen en valor al árbol de las maravillas ósea el agave en algún uso de sus productos o servicios, así como manifestaciones culturales artísticas y artesanales.

En México tenemos rutas muy importantes con mercado nacional e internacional donde se pone en valor el agave como la ruta del tequila y la ruta del Mezcal, siendo estas las más importantes del país. Con gran éxito Tlaxcala, puede ser reconocida a nivel nacional como uno de los principales destinos a nivel mundial en donde se ponen valor la planta de la agave, sus derivados y la importancia de las comunidades al momento de hacer inmersión en ellas practicando el

agaveturismo, ya que al visitar los centros de producción, participar en muestras gastronómicas, realizar caminatas en los campos de agave, fotografiar la naturaleza que existe en estos sistemas vivos, conocer de las leyendas y los mitos entorno a la planta del agave, participar en talleres artesanales así como gastronómicos con derivados del agave, forman parte de actividades de la oferta de turismo alternativo, principalmente en materia de Turismo Rural, como aprender palabras en lengua nativa, participar en algún taller artesanal o gastronómico, tener alguna vivencia mística en torno a la planta de la agave, participar en actividades cotidianas de la vida de campo, como trasplantar el Maguey, podar la planta, quitarle los hijuelos, sembrar los hijuelos, el visitante podrá realizar un una inmersión sobre el maravilloso mundo del árbol de las maravillas.

Según este contexto, es necesario establecer el enfoque de los planes de desarrollo turístico y políticas públicas en desarrollo regenerativo aplicado al turismo rural, con que deben regir las propuestas turísticas del poniente del estado de Tlaxcala; dada las potencialidades existentes y la proyección del flujo de visitantes que se espera ante las nuevas normalidades de las crisis. Ante estos nuevos escenarios de economía solidaria, defensa del territorio, soberanía alimentaria y del agua entre otros temas que se discuten en las principales mesas del mundo, tenemos que ir más allá de sostenibilidad y transitar al desarrollo regenerativo. En ese sentido, es preciso, aplicar las herramientas del desarrollo regenerativo concepto que incluye y trasciende la sostenibilidad, en el diseño de vivencias transformativas en el espacio turístico donde se oculta el sol en la región poniente del estado de Tlaxcala.

1.2 Problemática.

A pesar de contar con un valioso patrimonio cultural, patrimonio natural y patrimonio biocultural, el Estado de Tlaxcala tiene baja afluencia de visitantes, la ocupación turística es limitada (apenas por encima de una noche). Esta situación es

el resultado de varios factores, entre los cuales se reconoce la presencia de una oferta turística sin suficiente diferenciación. Para potenciar la singularidad de la oferta turística es necesario incrementar al componente de experiencia, las vivencias transformativas, ya que a través de ejecutar actividades con relación a la planta del agave o como también se le conoce como maguey, es posible revelar valores intangibles que motivan el viaje turístico e incrementa la pernocta y la satisfacción de los usuarios.

El Agave o maguey es una planta identitaria de México y Tlaxcala, siendo esta un elemento muy importante para poder potenciar el componente vivencial transformativo de la oferta turística instalada podrá aprovecharse con mayor oportunidad la ubicación estratégica del estado próxima a mercados emisores y nuevos mercados de la regiones centro y norte del país como: Ciudad de México, Veracruz, Michoacán, Zacatecas, Monterrey, Coahuila, Jalisco, etc.

De igual forma se percibe una falta de interés por potencializar la identidad gastronómica del estado de Tlaxcala, son pocas las campañas de promoción con enfoque gastronómico y turístico aunado a que se dificulta encontrar en la oferta restaurantera y hotelera, alimentos y bebidas tradicionales o regionales que sean elaborados con los ingredientes e insumos endémicos y/o emblemáticos del estado tales como el pulque, gusanos de maguey, destilado de agave de Tlaxcala, flor de maguey, sirope de maguey, amaranto, quelites, habas, hongos, nopales entre otros.

Otro factor de riesgo es que los agaves se encuentran en peligro de extinción, tal es el caso del agave pulquero, como lo dice Majo Martínez, el 2 de septiembre del 2021 en su artículo El Maguey Pulquero ¿En peligro de extinción? de la revista digital Culinaria Mexicana (Martínez, 2021). En donde menciona algunas causas de este problema. Se está perdiendo los beneficios ambientales de la planta aunado a sus derivados como el mixiote, el aguamiel, el pulque, los gusanos comestibles,

las flores de agave comestibles, etc. De igual forma algunos de los elementos identitarios que forman parte de la cadena de valor cultural y productiva del agave como el acocote (instrumento de guaje que sirve para extraer el aguamiel), las jícaras que son recipientes de guaje natural, para degustar el elixir, el oficio del tlachiquero (persona que elabora el pulque), los burros que transportan el aguamiel a los tinacales que en algún tiempo del pasado fue base de la seguridad alimentaria y económica del Estado de Tlaxcala.

Por lo tanto en el destino turístico Tlaxcala carecemos de una oferta turística más diversa y atractiva con todos sus componentes y el agaveturismo puede ser una ruta de agroturismo que pueda aumentar la pernocta para Tlaxcala ya que estas vivencias transformativas de agroturismo, sirven como herramienta de concientización y al mismo tiempo generar ingresos complementarios a las actividades cotidianas de la vida de campo, lo cual a generado que en la actualidad exista una gran competencia en el país para mostrar productos turísticos a partir de la planta del agave como sucede en “La Ruta del Tequila” en Jalisco o “La Ruta del mezcal” en Oaxaca, muchas veces se convierten en grandes eventos para propiciar un estado de embriaguez, donde el turista se regresa a su lugar de origen sin conocer realmente el espíritu de la planta, su importancia y lo que trata de decir a la gente que visita estas plantaciones.

Por esta razón el estado de Tlaxcala de igual forma necesita una imagen positiva asociada al producto gastronómico y turístico “agaveturismo”, esto permite distinguirnos de los demás destinos, destacando las riquezas, tanto culturales, naturales y bioculturales del agave. Esto representa de igual forma un problema para el desarrollo económico de Tlaxcala, ya que al no darse a conocer el producto gastro turístico, los índices de visita bajan al igual que sus ingresos. Por lo tanto, posibles inversionistas no se ven interesados en este cultivo y generar este tipo de turismo, generando altos niveles de desempleo ocasionado así un estancamiento económico de temporada.

Tlaxcala es un claro ejemplo de este problema, pero a pesar de contar con una gran herencia, cultural, natural, biocultural y de agrobiodiversidad, además de estar situado en un lugar clave de conexión en el centro del país. Este estado es más conocido por la trata de blancas, que, por sus atractivos turísticos, esto lo ha conducido a un estancamiento económico con alto índice de desempleo, desperdiciando así la cultura y los atractivos turísticos.

Por lo anterior, agaveturismo como estrategia de regeneración biocultural pretende desarrollar las bases para crear un producto agroturístico que se pueda promocionar en Tlaxcala como uno de los 3 principales destinos agaveros del país con una imagen positiva y poder desarrollarse económicamente. Atrayendo al público interesado por conocer la planta del agave, aprovechar los recursos, riquezas y productos de los que el Estado de Tlaxcala se destaque y así promover mediante una plataforma digital el agaveturismo.

1.3 Justificación del problema

Existe la necesidad de un estudio para transitar del turismo convencional que se ha ofrecido en Tlaxcala de la misma manera durante más de 13 años, a partir de la identificación de las consecuencias por las cuales los turistas no se quedan una noche más en el destino, se propone el Agaveturismo tomando en cuenta que el turista pernocte una noche más, esta acción se convertirá en una aportación para transformar algo en la vida de las personas y que motiven al turista a incrementar una noche más en su estadía y generar una máxima satisfacción de los usuarios.

De igual forma este estudio podría ayudar a contribuir al diseño de la política pública en nombrar al turismo como actividad preponderante de la dinámica económica y social para Tlaxcala. Por lo que este trabajo permitirá construir un nuevo enfoque para generar formas más amigables de hacer turismo ya que primeramente contribuye a la solución de un problema económico y ambiental y así poder disminuir las causas de la extinción del maguey que es una planta que todo el mundo debería de conocer, aportando herramientas y técnicas de desarrollo regenerativo aplicado al turismo e interacción con el patrimonio.

Por lo tanto, uno de los principales beneficios es generar ingresos complementarios a las actividades cotidianas de la vida de campo, de los productores, artesanos, cocineras tradicionales y agentes culturales que intervengan dentro de la cadena productiva del ciclo cultural en base al agave, bajo los principios de economía solidaria y que busque un beneficio equitativo del bien común sobre el bien particular.

En cuanto al enfoque ambiental es posible regenerar los ecosistemas degradados del sistema Metepantle que han sido perjudicados desde la llegada de la industria cervecera causando pérdida de biodiversidad y agrobiodiversidad.

En el aspecto social poner en valor el trabajo de las mujeres cocineras y cuidadoras de agaves en sociedades inclusivas, participativas, activas y equitativas.

En cuanto a lo cultural salvaguardar la diversidad cultural en torno al contexto del agave y sus aspectos bioculturales, como leyendas, tradición oral, mitos, rituales de origen.

En cuanto a lo espiritual restaurar los valores, la ética y transitar a culturas regenerativas

En cuanto a lo político generar un lugar de participación en el consejo consultivo de turismo de Tlaxcala ya que tiene representación en el estado y como figura jurídica en la toma de decisiones que afectan o que se convierten en unas oportunidades para el desarrollo turístico, como acceso a recursos, participación en eventos turísticos, derecho a capacitación.

1.4 Supuestos

Falta de identidad y la deficiente puesta en valor del patrimonio cultural, gastronómico, biocultural y turístico, aunado a un crecimiento desordenado y poca afluencia de visitantes por falta de planificación de productos integrados que motivan aumentar la pernocta con un incremento de la derrama económica y beneficios a las comunidades receptoras.

Los supuestos asumidos en el presente estudio evidencian las soluciones tentativas a la problemática, por lo que se establecen algunas preguntas que dan sustento a los supuestos y que serán resueltas en la investigación.

- ¿Qué es el desarrollo regenerativo?
- ¿Qué es una estrategia?
- ¿Qué es el turismo regenerativo?
- ¿Cuáles son las herramientas que usa el desarrollo regenerativo?
- ¿Están los involucrados (stakeholders) del poniente del estado de Tlaxcala, interesados en generar una estrategia de regeneración biocultural en torno al agave?
- ¿En la zona poniente de Tlaxcala, las comunidades y los actores locales (stakeholders) han puesto en valor el patrimonio natural, cultural y biocultural?

Los supuestos planteados para dar respuesta a las interrogantes mencionadas son:

1. La población de los municipios participantes conoce los alcances del desarrollo sostenible y regenerativo.
2. Las autoridades locales están interesadas en generar lineamientos y planes de desarrollo del turismo, basados en la sostenibilidad y regeneración.
3. Los principales actores de las actividades turísticas de los municipios de la región poniente están dispuestos a iniciar sus operaciones de turismo regenerativo.

4. El patrimonio cultural, natural y biocultural del poniente del estado de Tlaxcala es importante para la población y los operadores turísticos.
5. Los potenciales productos de turismo regenerativo son representativos del patrimonio cultural y natural del poniente del estado.

1.5 Restricciones

- No es reconocido el concepto agaveturismo.
- Falta de investigaciones previas sobre el tema
- El financiamiento
- Hay agaves en peligro de extinción.
- Insuficiente la gestión de las autoridades para generar planes de desarrollo turístico con metodologías participativas comunitarias.
- Estancamiento en la oferta de actividades turísticas y de operadores.
- Limitada información sobre turismo regenerativo en Tlaxcala.
- Nulas las políticas públicas para la conversión hacia un turismo sostenible.
- Territorio agrícola con potencial turístico, pero falta de cultura turística de la población sobre sus recursos, atractivos y múltiples patrimonios.

1.6 Objetivo

1.6.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de investigación – acción sobre el Agaveturismo como producto turístico y estrategia de regeneración biocultural en torno a la planta del agave y que permita aumentar la estancia promedio de turistas en Tlaxcala-México.

1.6.2 Objetivos específicos

- Diseñar experiencias transformativas bajo el contexto biocultural del sistema metepantle para el refuerzo de la identidad de los actores locales.
- Desarrollar capacitaciones para los actores locales en temas de turismo bajo enfoque regenerativo para la creación de la primera red de agaveturismo en el mundo.
- Elaborar una propuesta de plataforma digital del producto turístico del agaveturismo para su comercialización en la cual se refuerce la identidad biocultural de los actores locales y permita el aumento de la estancia promedio de turistas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Necesitamos recuperar las definiciones de origen del turismo ya no solo como fenómeno global que ha crecido a grandes escalas de diferentes formas, modelos, tipologías, con una dinámica cambiante a grandes velocidades con sus diferentes enfoques y siempre tratando de crear e innovar nuevas prácticas, pero sigue siendo una actividad que genera impactos tanto positivos como negativos en grandes magnitudes. Ya que las personas de todo el mundo buscan encontrar situaciones que cambien su vida, mediante una conexión con la naturaleza, la cultura, biocultural y las personas de las comunidades que mantienen vivos estos espacios con múltiples espíritus latentes en muchos casos gustosos de mostrar al otro mediante el viaje regenerativo pasando desde lo económico hasta la restauración espiritual de uno mismo, el otro y el lugar.

Tale de Rafi, secretario general de la Organización Mundial del Turismo ha visitado muchas veces el país. Y mediante entrevista para Tus buenas Noticias comenta de lo grande que es México “es un mundo propio, un mundo completo la diversidad su riqueza, no sólo la diversidad de sus paisajes, pero también de la gente la variedad las distintas tradiciones, las diferentes culturas, los diferentes tipos de cocina la belleza es un mundo en sí, y lo dice alguien que ha viajado por todo el mundo entero México es el futuro, sin duda” fuente. (D. Rifai, 2017)

En ese sentido, hoy el turismo cumple diferentes roles y uno de ellos es el de ser una herramienta para llegar a un fin, en este caso la regeneración biocultural de la vida entorno al agave, siendo esta planta un elemento protagonista para ayudar en la transformación de los territorios del poniente del estado de Tlaxcala buscando la sostenibilidad y el desarrollo regenerativo aplicado al turismo rural.

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Concepto de Turismo.

Según la organización mundial del turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

2.1.2 Turismo Rural.

El turismo rural es una modalidad del turismo de naturaleza (antes llamado alternativo) que junto con el turismo de aventura y el ecoturismo, constituyen una opción viable para mitigar el impacto negativo que se produce por el desplazamiento masivo de personas y por la falta de conciencia y respeto a las comunidades donde se desarrolla.

Una definición práctica y sencilla sobre lo que es el turismo rural es la siguiente: *“Son los viajes que tienen como propósito el realizar actividades de convivencia e interacción con una **comunidad rural**, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.”*

El Turismo Rural sigue los principios del **desarrollo sustentable**, que busca aprovechar los recursos naturales actuales sin afectar las necesidades de las generaciones futuras.

Según se explica en el documento presentado por la SECTUR México: “Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo”, **el turismo rural** es el segmento más humano del turismo de naturaleza, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

A continuación, te decimos cuáles son las actividades del turismo rural:

- Enoturismo
- Agroturismo
- Talleres gastronómicos
- Vivencias místicas
- Aprendizaje de lenguas originarias
- Ecoarqueología
- Preparación y uso medicina tradicional
- Talleres artesanales
- Fotografía rural

2.1.2.1 Agroturismo

Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, donde la sociedad campesina muestra y comparte su idiosincrasia y técnicas agrícolas; además de su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en beneficio de la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

2.1.2.2 Talleres gastronómicos

Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados.

Vivencias místicas

Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.

2.1.2.3 Aprendizaje de lenguas originarias

Viajar con la motivación de aprender la lengua del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.

2.1.2.4 Ecoarqueología

Estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas. Con la ecoarqueología, se contribuye a crear conciencia en la población de la importancia del conocimiento del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.

2.1.2.5 Preparación y uso medicina tradicional

El turista se siente motivado por conocer y participar en el rescate de la medicina adicional. La naturaleza (de México) es tan basta que prácticamente no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es innegable que esta antigua sabiduría continúa proporcionando salud y bienestar.

2.1.2.6 Talleres artesanales

La experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en escenarios y con procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

2.2.2.7 Fotografía rural

Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

De acuerdo con las diferentes tipologías que por establecer la sector, el agaveturismo cubre con el 90% de las actividades excepto el etnoturismo en esta región del poniente sin embargo esta investigación y este método se puede extender a las comunidades nahuas y otomí de la montaña parque nacional la malinche como a otros territorios-destinos del país.

SECTUR. 2004. Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo.

El boliviano Rodolfo Salinas de Natoure muestra mediante la siguiente figura una propuesta del Universo del Turismo Rural en el cual el Agaveturismo entra en todas las dimensiones.

2.1.3 Desarrollo

El concepto desarrollo es heredado del concepto occidental de progreso en donde el diccionario de la Real Academia Española otorga dos explicaciones: por un lado “la acción de ir hacia delante” y por otro “aumento adelantamiento perfeccionamiento”. En este contexto se piensa que solamente progresa el que va hacia delante, aquel que aumenta y que perfecciona. Otra definición utilizada para el desarrollo sostenible sigue siendo la del informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (1987), es decir, el desarrollo sostenible es “un proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

2.1.4 Desarrollo Sustentable.

Por otra parte, hay que reconocer que el concepto de desarrollo sustentable ha evolucionado desde la definición de 1987, en particular a partir de la Agenda 21, el plan de acción originado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Río, 1992), y el plan de implantación de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002). Actualmente se reconocen y destacan tres dimensiones o “pilares”. Estos son:

- Sostenibilidad económica, que implica la creación de prosperidad en los diferentes niveles de la sociedad, considerando además la rentabilidad de todas las actividades económicas. Fundamentalmente se trata de la viabilidad de las empresas y de sus actividades y de su capacidad para mantenerse a largo plazo.
- Sostenibilidad social, que implica el respeto de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad. Requiere una distribución justa de los beneficios, que se centre en la reducción de la pobreza. Se dedica principalmente a las comunidades locales y al mantenimiento y refuerzo de sus sistemas de subsistencia y al reconocimiento y respeto de las diferentes culturas, evitando cualquier forma de explotación.
- Sostenibilidad medioambiental, que implica la conservación y gestión de los recursos, especialmente aquellos que no son renovables o que son fundamentales para la subsistencia. Requiere actuaciones para reducir la contaminación del aire, de la tierra y del agua y para conservar la diversidad biológica y el patrimonio natural. Es importante constatar que estos tres pilares son en muchas formas interdependientes y que se pueden mutuamente reforzar o estar en competencia. Lograr el desarrollo sostenible significa conseguir un equilibrio entre ellos.

2.1.5 Turismo Sostenible.

El turismo sostenible es en definitiva un tipo de turismo que toma en cuenta el principio del desarrollo sustentable, pero alcanzando una conceptualización algo más clara a partir de aplicarlo a una actividad económica bien definida. La definición clásica de la Organización Mundial de Turismo nos dice: “El desarrollo sostenible del turismo es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Este desarrollo se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

Existe una revisión hecha en el año 2004 que apunta a los siguiente: "Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico. Fuente: Organización Mundial de Turismo, Glosario, Madrid, Organización Mundial de Turismo, documento en línea, 2004.

2.1.6 Concepto de estrategia

La estrategia según Henry Mintzberg “es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar” (Labarca, 2008). Para poder comprender mejor el concepto de su pensamiento, el autor divide el concepto en cinco definiciones: estrategia como plan, como pauta de acción, como patrón, como posición y como perspectiva. Briola, citando a Mintzberg, las describe así:

La estrategia como plan, es un curso de acción conscientemente determinado, una guía para abordar una situación específica. Como plan, una

estrategia también puede ser una pauta de acción, una maniobra para ganarle al competidor. Como no basta con definir la estrategia como plan, se necesita definir una estrategia como patrón abarcando el comportamiento que se quiere producir.

La estrategia como posición, ubica a la organización en el medio ambiente elegido o nicho; en términos económicos. Esta definición de estrategia se puede relacionar con cualquiera de las anteriores; se puede aspirar a una posición mediante un plan o una pauta de acción, como también puede ser preseleccionada y lograda o ambas, o tal vez descubierta, en razón de un patrón de comportamiento.

La estrategia como perspectiva, implica una manera particular de percibir el mundo. Es una perspectiva compartida por y entre los miembros de la organización, por medio de sus intenciones y acciones bajo el ámbito “mente colectiva”; individuos unidos por afinidades de pensamiento, comportamiento o ambos (Briola, 2007).

Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (2003) señalan en la obra *Safari a la Estrategia*, que existen diez escuelas que abordan la estrategia y que a su vez estas se reúnen en dos grandes grupos: escuelas prescriptivas y descriptivas. Las primeras, incluyen las escuelas del diseño, la planificación y el posicionamiento, que se preocupan por cómo formular la estrategia y en unión, forman lo que se denomina el pensamiento estratégico racional, haciendo referencia al concepto convencional de la formulación estratégica y siendo de carácter normativo.

2.1.7 Desarrollo Regenerativo

“La regeneración se refiere a los procesos de autoalimentación y auto renovación que utilizan los sistemas naturales para alimentar su capacidad de prosperar durante largos períodos de tiempo y su capacidad para adaptarse a circunstancias inesperadas, a veces amenazantes. Ningún sistema puede sostenerse a largo plazo, si no está diseñado para regenerarse continuamente” (Goerner, 2015).

Por otra parte, Maturana menciona que “El concepto regeneración implica mirar algo del origen que hemos perdido, algo que tuvimos en algún momento y que constituía un ámbito de bienestar, de convivencia en un mundo acogedor, coherente y armónico, que se ha perdido. Entonces queremos recuperar algo, recuperar la armonía. Cuando decimos regeneración ecológica es que queremos recuperar la armonía, la coherencia de los distintos organismos y no organismos. Regeneración cultural: tenemos que pensar que es lo que hemos perdido en lo cultural. Que es lo que queremos recuperar, meramente volver a atrás. Mirar a que es aquello que queremos recuperar, que es confiar en el mundo que nos acoge” (Maturana, 2017, m. 13).

Otro planteamiento importante es el que tiene Regenesis Group desde las siguientes cuestiones: “¿Cuál es nuestro papel creativo? ¿Cuál es el papel que nos permite no sólo conservar los sistemas ecológicos, sino construir sobre ellos, creando capas de abundancia en lugar de escasez, de complejidad en lugar de simplificación excesiva, y de la vida en lugar de la naturaleza muerta? En pocas palabras, este es el siguiente gran cambio de la humanidad: el cambio hacia el trabajo regenerativo. Regenerar no sólo los ecosistemas, sino también nuestra propia capacidad creadora” (Regenesis group, 2015).

Por lo que el crear una nueva categoría de turismo rural denominada Agaveturismo corre un papel creativo como área de oportunidad en la diversificación del producto turístico sirviendo como herramienta de regeneración biocultural del sistema agroforestal denominado metepantle, teniendo como principal objetivo, generar ingresos complementarios a las actividades cotidianas de la vida de campo, comprender la importancia de este sistema ecológico desde la comunidad de la vida.

“Si el objetivo es regenerar la salud y la vitalidad de los sistemas vivos, entonces una empresa será más efectiva si está diseñada: 1. Para imitar los sistemas vivos, siguiendo los principios del ecosistema

claramente definidos, 2. Para ser una parte integral de los sistemas vivos, construir capital viviente a través de todos sus procesos, y 3. Colaborar con otras empresas para formar ecologías empresariales conscientes” – dice Roland y Landua (Walh, 2017).

Para Müller, E. (2018), profundiza explorando el enfoque holístico del desarrollo regenerativo, entendiendo que la base de la vida es la integridad y función de todos los ecosistemas que proveen servicios esenciales para la vida en el planeta. Se trata de equidad, transparencia, paz, educación verdadera, conciencia, felicidad. El desarrollo regenerativo se basa en los mismos seis pilares del desarrollo sostenible con un enfoque no sólo en frenar la degradación de los 32 mismos y más bien en la regeneración en cada sector, que es más allá de la reconstrucción o restauración e implica una mejora permanente de éstos, buscando una reducción de la huella ecológica mundial. Los 6 pilares son: económico, ambiental, social, cultural, político y espiritual.

Figura N°2: Pilares del Desarrollo Regenerativo.



Fuente: Eduard Müller Costa Rica Regenerativa

Respecto al **desarrollo político** regenerativo promueve valores éticos y morales de transparencia donde cada joven debe tener un pensamiento crítico sobre el manejo de conflictos y que indistintamente del país donde resida, tenga la posibilidad de integrarse a la política con una adecuada formación que le permita cubrir las necesidades que la población mayor no tiene interés.

Económicamente el desarrollo regenerativo está basado en un mercado competitivo y abierto que promueve el desarrollo humano integral e incluyente que busca solucionar los problemas creados por el modelo actual.

Por otra parte, en el ámbito **espiritual**, se comienza un cambio desde la educación puesto que, invita al ser humano a realizar una transformación desde adentro hacia afuera; esto para lograr posicionar los valores dentro de la actitud y conducta humana que efectúe procesos integrales.

No obstante, a **nivel ecológico** la reconstrucción de áreas naturales y ecosistemas es la prioridad número uno pues debemos buscar la regeneración de suelos y de actividades agrícolas; y la recuperación de espacios donde la convivencia del ser humano no interfiera con las aves, animales y plantas, sino que más bien sea un trabajo en conjunto para el desarrollo.

Por último, de los seis ejes, **la perspectiva social y cultural** para el desarrollo regenerativo tiene que ver con las funciones participativas e inclusivas de la sociedad. Esto forma parte del plan de no violencia y la integración de la sociedad a actividades culturales que promuevan la diversidad cultural a través de procesos que reduzcan la pobreza y contribuyan con los objetivos de desarrollo sostenible.

2.1.7.1 Un acercamiento al turismo regenerativo desde otra mirada

A continuación citamos a Sonia Teruel mostrando una aproximación al concepto del **“El Turismo Regenerativo** que es un entendimiento emergente, evolutivo y dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del hombre consigo mismo, con el otro y con la tierra; en donde se invita al otro a visitar el lugar, ralentizando el ritmo del visitante y creando

una experiencia que activa conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local (el otro), el lugar y los sistemas que sostienen la vida allí, alineando tanto al local y al visitante a los ritmos propios de la naturaleza. En el turismo regenerativo se debería priorizar la integración de todos los actores en su diseño, para apoyar el propósito co-creado del destino, las alianzas co-evolutivas con la naturaleza y el pensamiento sistémico, y así construir la capacidad de los sistemas socio ambientales para obtener un crecimiento saludable a largo plazo e interacciones que sean mutuamente beneficiosas”.

Teruel – Briceño 2018.

2.1.8 Sense of Place

Sense of Place (Sentido del Lugar o Sentido de Pertenencia a un Lugar) “Lugar: la red única y multicapa de ecosistemas dentro de una región geográfica, que resulta de las interacciones complejas a través del tiempo de la ecología natural (clima, minerales y otros depósitos, suelo, vegetación, agua y vida silvestre, etc.) y de la cultura (costumbres distintivas, expresiones de valores, actividades económicas, formas de asociación, ideas para la educación, tradiciones, etc.)” (Mang y Reed, 2012).

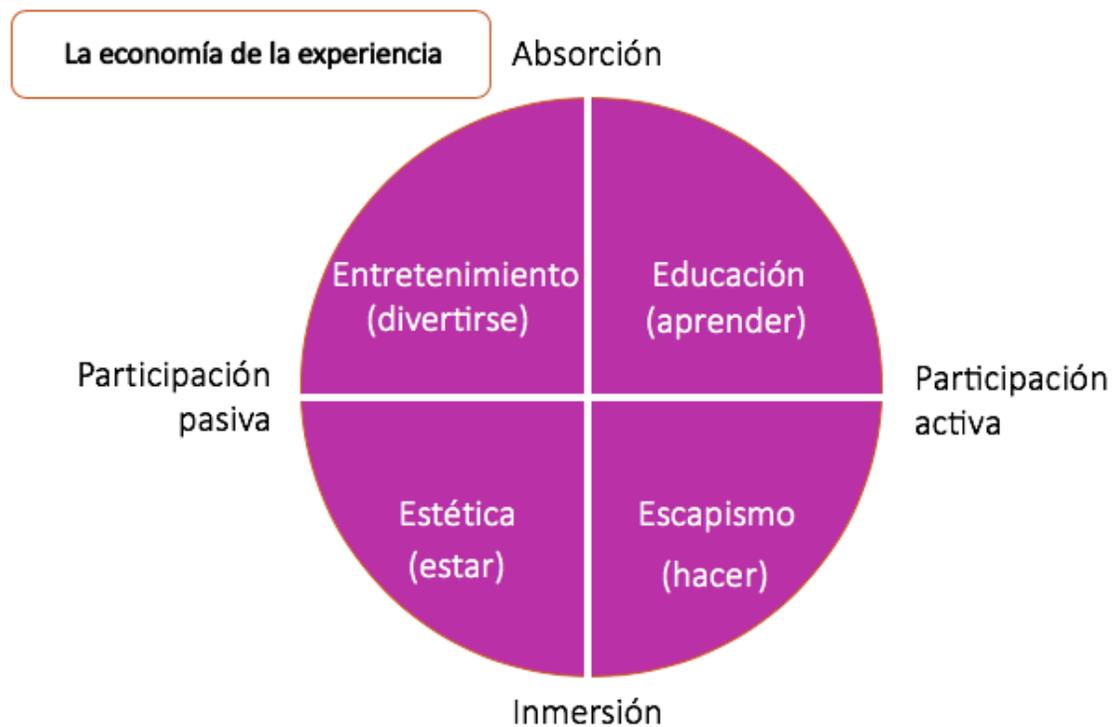
El “sense of place” o sentido de pertenencia al lugar: La regeneración busca redescubrir el lugar prestando atención a sus particularidades y diversificación. En un paisaje cultural co-creado entre las personas y su ambiente, se crea una unión muy especial entre un grupo cultural y su lugar Sonia Teruel

2.1.9 Modelo de experiencia de reinos de Pine y Gilmore

Para clasificar las experiencias, Pine y Gilmore distinguen dos dimensiones en su modelo de reinos de experiencia. La primera dimensión se relaciona con el grado en que los consumidores quieren participar en una experiencia (activa versus pasiva). Con la participación usted influye personalmente en la experiencia, por ejemplo, en un debate. Con la participación pasiva no se puede ejercer una

influencia directa, como durante una película. La segunda dimensión ('absorción' versus 'inmersión') se relaciona con el grado en que uno se siente parte del entorno. La absorción significa que usted asimila la experiencia, como ocurre con la transmisión selectiva mientras compra. Inmersión significa que te conviertes en parte de la experiencia, como en un viaje de vacaciones. Al combinar ambas dimensiones, se crean cuatro dominios (ver figura 3). Los cuatro dominios según los cuales se pueden clasificar las experiencias de marca son: entretenimiento, educación, estética y "escapismo". Cabe señalar que las experiencias más atractivas contienen elementos de los cuatro dominios.

Figura N°3. Modelo de reinos de experiencia de Pine y Gilmore



Fuente: Pine & Gilmore (1999)

2.1.10 Brand storytelling

Es la creación de narrativas para comunicar la identidad de la marca y conectarse emocionalmente con tu audiencia.

La historia de la marca es uno de los pilares del branding. Se compone de todo lo que es, todo lo que hace y por qué existe. Abarca todas las definiciones de construcción de marca, como personalidad, propósito, valores, cultura, misión y visión.

Cabe recordar que la historia de las marcas también se está escribiendo en el presente, en su día a día, en las decisiones que toman en cada momento. Así, el brand storytelling trata no solo de cómo la marca llegó aquí, sino también qué está haciendo para llegar a donde quiere ir.

Pero no solo estamos hablando de la descripción de estos elementos en la página Sobre nosotros del sitio web. El brand storytelling va mucho más allá. Esta área de branding crea una narrativa, con los elementos y técnicas de contar historias, para hablar de manera atractiva sobre sus orígenes, su trayectoria y los valores que guiaron sus elecciones.

Tampoco estamos hablando de invención. Puedes utilizar la ficción en el brand storytelling y crear una narrativa más interesante — y ahí está el arte de contar historias. Pero no puedes inventar hechos sobre la historia de la marca, ¿de acuerdo? Las personas se conectan con la transparencia y autenticidad. Cuando se sienten defraudados, la marca tira piedras contra su propio tejado. (Casarotto, 2021)

2.1.11 El viaje del héroe

¿Qué es el viaje del héroe en marketing? El viaje del héroe es un arquetipo narrativo común, o plantilla de storytelling, que involucra a un héroe que emprende una aventura, aprende una lección, gana una victoria con ese conocimiento recién descubierto y luego regresa a casa transformado.

También conocido como ‘camino del héroe’, ‘monomito’ o ‘jornada del héroe’, el objetivo del storytelling en el marketing, es incitar sentimientos en la audiencia que los inspirarán a actuar y hacer **conexiones memorables con una marca**

Figura N°4. El viaje del héroe



2.1.12 Interpretación del Patrimonio

Interpretación: es una *“Una actividad educativa que tiene como objetivo revelar significados y relaciones a través del uso de objetos originales, por experiencia de primera mano y por medios ilustrativos, en lugar de simplemente comunicar información objetiva.”*

Antecedentes de la interpretación del patrimonio:

1. La naturaleza es un patrimonio común que permite enriquecer la vida de todos.

2. Los viajes a la naturaleza permiten descubrir las conexiones entre el medio ambiente y la vida humana.
3. La naturaleza es un libro que permite entender, valor y sentir simpatía y deseo de protección por el patrimonio natural.
4. Interpretar a la naturaleza crea conciencia, significados, conservación y mejores condiciones para la vida.

2.1.13 Diseño de Experiencias con enfoque Regenerativo

Mediante un taller impartido por Camina Sostenible, refiere a que el diseño de experiencias regenerativas trabaja con tres relaciones; el ser humano consigo mismo, con los otros y con la naturaleza. Por lo que ha de estar siempre considerado y presente el tiempo y el espacio para que estas tres relaciones ocurran. Para esto es importante ralentizar a través de los biorritmos que el lugar comunica al viajero, para que de igual forma conecte con poder ir bajando su ritmo de vida cotidiana (muchas veces un ritmo ciudadano) y pueda ir apreciando y sintonizando con el ritmo del lugar, la naturaleza y sus estaciones, los oficios de cada estación, las festividades y el momento único que se está viviendo, como una forma de traerlo al presente. Por otro lado, las experiencias regenerativas buscan siempre la transformación a través de la mayor conexión del viajero consigo mismo, con los otros y con la biodiversidad. (Martín Araneda y Carlos Briceño Camina Sostenible, 2018).

Para el doctor José Cantero una experiencia turística, ante todo responde a una realidad actual como respuesta a las nuevas demandas y exigencias del nuevo turista. Así debe complementar la oferta y conceder importancia al recurso básico turístico convencional. Pero con una clara orientación hacia la creación de experiencias de socialización y conectadas con las emociones y sensaciones. Así el turista debe sobre todo sentirse huésped y otorgar a su experiencia de un significado memorables, auténtico y único.

De igual forma comenta que una definición en el contexto de la Estrategia de marketing turístico, que tiene como objetivo conectar con las sensaciones y

emociones de nuestro huésped, viajero o turista, dando vida intencionadamente a las promesas de marca que ofrece cualquier destino o recurso turístico por medio de experiencias únicas y memorable, en todo el proceso de compra y consumo y en todos contactos e interacciones posteriores. para el diseño de vivencias transformativas se ocupa el método de deconstrucción del Dr. José.

Cantero como parte del proceso de desarrollo que se muestra a continuación.

Figura N°5. Aspectos que se deben controlar en el diseño de la EMV.

¿Qué aspectos se deben controlar en el diseño de una experiencia turística?



Fuente: Dr. José Cantero

2.1.14 Tipos de Beneficios.

- **BENEFICIOS FUNCIONALES:**

Pone en valor y conecta con lo racional

- **BENEFICIOS SIMBÓLICOS:**

Pone en valor y conecta lo emocional

- **BENEFICIOS VIVENCIALES-EXPERIENCIALES:**

Pone en valor a las personas, el recurso turístico con lo emocional

2.1.15 Identificar insights: nuevas motivaciones ocultas para proponer a los huéspedes

Comenta el Dr. José Cantero que el gran reto de los destinos turísticos y de sus recursos para afianzarse en el turismo experiencial es identificar y cualificar nuevos insights o motivaciones ocultas por parte de los nuevos turistas, más exigentes y maduros; que buscan una inmersión con el destino a través del contacto con las personas locales. A partir de aquí, el reto es concebir nuevos productos de turismo experiencial y que no sea un “cajón de sastre” donde cabe todo.

1.- Insight vivencial:

Este es lo más común que te puede decir un cliente tradicional ya que es lo primero que se le viene a la mente, también se caracteriza por ser una respuesta parecida a la de los demás clientes, simplemente describe por qué utiliza el producto o servicio.

2.- Insight aspiracional:

Este insight es un poco más profundo que el anterior ya que ahora el cliente muestra el grado de satisfacción mediante un comentario de este producto o servicio. Además de ser un poco más específica la respuesta.

3.- Insight de intensidad:

Es donde realmente se quiere llegar, ya que el cliente muestra su grado total de satisfacción, y como su mismo nombre lo dice la intensidad que muestra este Insight es el porqué de todo, después de rebuscar en su interior es la única respuesta.

2.1.16 Naim.

El naim es ante todo estratégico y precisa de una amplia capacidad comunicacional. Algunos especialistas en la materia incluso lo consideran como un arte.

Posicionarse en la mente de una audiencia requiere esfuerzos constantes, pero sin duda definir el nombre adecuado ayudará a lograrlo de forma más rápida, fácil y duradera. Por lo tanto, debes tratar de que el naming no sea parte de un contexto particular (personal, local o temporal), porque esto lo limita: si el contexto cambia, tal vez tu «nombre» se desvanezca.

Es importante tener en cuenta las características fundamentales del naming para desarrollar este proceso.

2.1.17 Diferencia entre claim, eslogan y tagline

Cuando hablamos de la estrategia de branding de una marca, es posible que terminemos mencionando tres términos: eslogan, claim y tagline. Si no tienes clara la diferencia entre estos términos, no estás solo. Incluso los gurús del marketing se contradicen al definir las diferencias entre ellos. A pesar de todo, hay algunos matices que sí que distinguen a los tres. La clave está en para qué se usan:

Los tagline acompañan y definen a la marca. Allí dónde van, lanzan el mensaje de “esto es lo que somos, hoy y siempre”. Quizás lo más característico es que suelen acompañar al logotipo y son tan breves como sea posible.

Un eslogan es una frase que acompaña a la marca o a un producto y busca llamar la atención y definir. Si te parece lo mismo que un tagline es porque en muchos casos es así. La diferencia es que un eslogan puede centrarse en el producto o en la empresa, mientras que el tagline pone el foco en la esencia y lo que define a la compañía.

Los claim se asocian a una campaña. Ojo: Que sean temporales, no quiere decir que no se puedan quedar en nuestra cabeza durante mucho tiempo. En España, basta con decir “1880” a un grupo de personas. Siempre habrá varias que respondan “el turrón más caro del mundo” (aunque ese claim corresponda a una campaña de hace más de diez años). Los buenos claim sobreviven a sus campañas y pueden, como en este caso, convertirse en taglines.

Como ves, estos conceptos se solapan y muchas veces un claim o un slogan pasa a ser el tagline, o es incluso los tres conceptos al mismo tiempo. Si buscas el

icónico “Just Do It”, verás que se define como eslogan y tagline. Las dos afirmaciones son correctas.

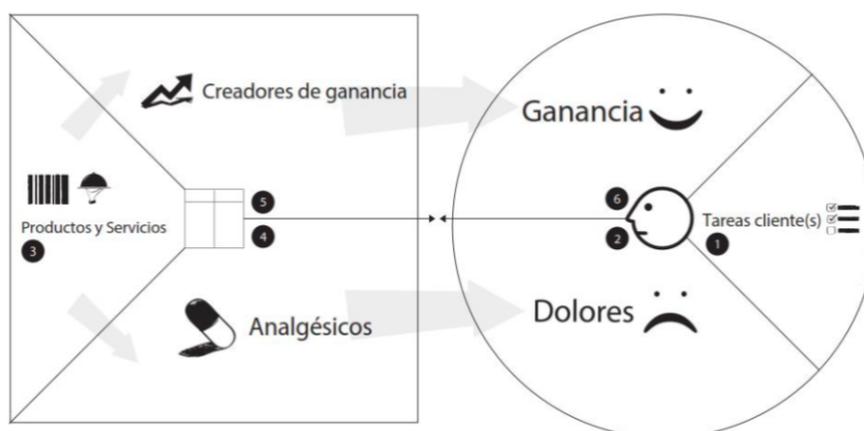
2.1.18 Puesta en Valor

Un Lienzo de Propuesta de valor es una plantilla diseñada para alinear las necesidades de un conjunto de usuarios con las características de los productos y servicios que vamos a ofrecerle. Es utilizada habitualmente en procesos de innovación, diseño de productos y servicios, y fue concebida por Alex Osterwalder como vía para definir de forma más clara y profunda los dos aspectos fundamentales dentro de un modelo de negocio: los Segmentos de Clientes y la Propuesta de Valor.

El Lienzo de propuesta de valor es una plantilla que puedes utilizar de forma complementaria al Lienzo de Modelo de Negocio, también de Alex Osterwalder. El autor, consciente de que todo producto, servicio o proceso debe estar centrado en las personas, elaboró una nueva obra en la que explica la importancia de alinear necesidades y deseos de un arquetipo de usuario con una propuesta de valor capaz de darles respuesta.

Un Lienzo de Propuesta de Valor se divide en estas dos partes fundamentales, la correspondiente a los usuarios y la que hace referencia a los productos y servicios que vas a ofrecerle. A continuación, te mostramos con más detalle estas dos secciones.

Figura N°6: Lienzo puesta en Valor



2.1.19 Experiencia Mínima Viable

- Experiencia Básica: Alojamiento y alimentación
- Experiencia Esperada: Alojamiento no tradicional en un entorno natural, servicios básicos de hotel tradicional.
- Experiencia Aumentada: lugar exclusivo, status, contacto directo con la naturaleza, alojamiento diferente a lo tradicional, tecnología, actividades, espiritualidad, talleres, agroecología, etc.

Experiencia Mínima Viable: Básica, Esperada y Aumentada

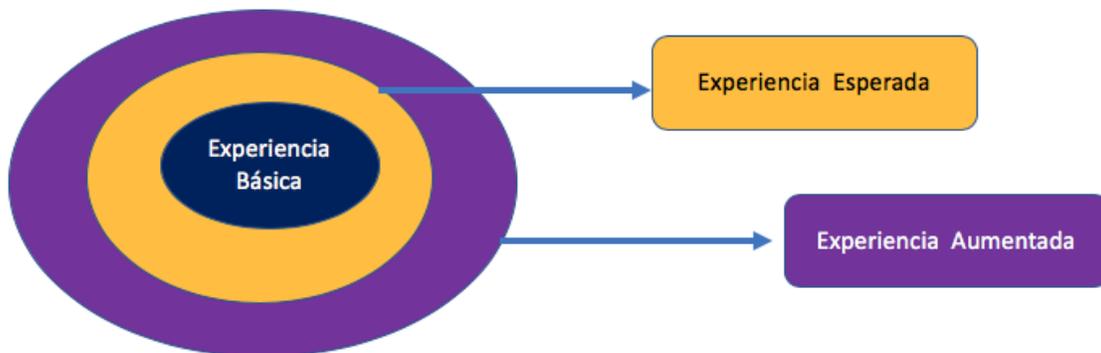


Figura Número 7º Experiencia Mínima Viable. Fuente: Elaboración Propia

Martin Araneda y Carlos Briceño comentan que la experiencia turística es el diseño del encuentro con uno mismo, los otros, la cultura y la naturaleza donde el turismo cobra vida, para esto buscamos la generación de valor a través de experiencias épicas, transformadoras y regenerativas.

2.1.20 Ecología Profunda (Deep Ecology)

Ecología profunda es un término acuñado en los años setenta por el filósofo y activista de origen noruego, Arne Naess, quien así denominó al enfoque que enfatiza la necesidad de trascender las respuestas superficiales hacia los problemas ecológicos y sociales que enfrentamos. Se trata, en cierto modo, de una visión espiritual sobre la naturaleza, lo que conlleva una apertura más sensitiva hacia nosotros mismos y hacia la vida en todo el planeta.

Este enfoque holístico une pensamiento, sentimiento, espiritualidad y acción. Se aboca a trascender el individualismo y busca que los seres humanos nos percibimos nítidamente como parte de la Tierra, de tal manera que logremos una conexión más auténtica con la vida.

Villaseñor Galarza, nos comenta que la ecología profunda “es una propuesta para abordar problemáticas ambientales de manera radical, es decir, de raíz, cuestionando las pautas culturales, y que a su vez propone soluciones de largo alcance...Es una perspectiva ecocéntrica. Sus propuestas son también a nivel espacial, no sólo temporal. Se pugna por el bienestar de las demás especies con las que compartimos el planeta y no de manera exclusiva de la nuestra. De ahí que se considere una filosofía de vida que reconoce el valor intrínseco de todo ser, y que específicamente se distingue por promover la reconexión con la naturaleza”.

Añade que la ecología profunda es un ejercicio clave para el autoconocimiento de nuestros parajes y ecosistemas internos. Ésta pone en entredicho nuestros hábitos de consumo y creencias, cuestiona con argumentos sólidos el funcionamiento de las sociedades en que habitamos, y plantea desafíos con el propósito de ser autocrítico, “no en el sentido de emitir un juicio o crear un sentido de culpa, sino de tomar acciones y decisiones más informadas”.

“Uno de sus regalos básicos es que conecta lo personal con lo ecológico ambiental. Una de sus virtudes es que es una herramienta útil, un aliado en la aventura del crecimiento personal, tanto como en cuestiones de regeneración ecológica” –apunta Villaseñor, quien además es instructor de Prajna Yoga y facilitador del Trabajo Que Reconecta—. Y en seguida refiere que “cuando la gente

se abre a este tipo de propuestas ocurre la recuperación de un sentido común, se llena de esperanza, tiene una visión más clara respecto a los desafíos ambientales a los que nos enfrentamos, se adentra a encontrar soluciones de una manera más inteligente y con los recursos necesarios para no regresar a nuestros hábitos más automatizados. En suma, hay una inspiración para la acción, aunque también se presentan bastantes cuestionamientos, y esto es así porque la propuesta no es perfecta. De esta manera vamos creciendo todos juntos” Fuente (Universidad del medio ambiente, S.f.)

2.1.21 Flow map

Flow Map, una herramienta de autodiagnóstico y de diseño de turismo regenerativo, que permite guiar a los emprendedores y gestores de destinos en sus esfuerzos de entendimiento y de implementación de sus principios en sus destinos y productos turísticos. Fuente iniciativa global de turismo regenerativo

2.1.22 Aprendizaje transformativo.

Cuando el ser humano integra visiones de aprendizaje transformativo se compromete a reflexionar y actuar sobre lo que está aprendiendo basado en la relación consigo mismo con el otro y con la tierra, por lo tanto, en el agaveturismo estamos transitando de la narrativa de no hacer nada, aunque esté muy bien realizada. Lo que nosotros andamos buscando es activar su descubrimiento su conciencia y que el mismo a través de eso se comprometa los creadores de esta técnica, el Dr Espejo Lupín y el doctor Márquez González Suárez definieron que la metodología de la aprendizaje transformativo consiste en definir previo como nosotros pretendemos que los adultos integren la nueva información que están en crecimiento a sus nuevas prácticas o perspectivas de vida en sus visiones del mundo, a través de comprometerse con eso que aprenden reflexionando sobre lo

que están aprendiendo, entonces a partir de eso evaluar sus valores familiares, creencias y supuestos básicamente el arte está en preguntar cómo vamos a hacer.

Por otra parte, la forma de crear un producto regenerativo y turísticamente llamativo se realiza utilizando la metodología de aprendizaje transformativo lo cual según Espejo Leupin & González-Suarez (2015):

Describe cómo los adultos integran nueva información, perspectivas, o práctica en sus visiones del mundo al comprometerse en el aprendizaje. Cuando los aprendices se comprometen con las oportunidades para reflexionar sobre el significado de lo que están aprendiendo, pueden comprometerse en la evaluación de sus valores familiares, creencias y supuestos.

Es decir, cuando el hombre integra visiones de aprendizaje se compromete a reflexionar y actuar sobre lo que está aprendiendo, se compromete al actuar basado en la relación del ser humano consigo mismo, con el otro y con la tierra.

Además de la metodología mencionada anteriormente debe tomar en cuenta cuatro factores importantes para el desarrollo de esta:

1. **Diseño Sostenible:** basado en integrar y mantener el equilibrio económico, cultural, ecológico y social a través de acciones.
2. **Diseño Experiencial de Productos:** basada en la identificación de los momentos que creen un vínculo exponencial entre la persona y los recuerdos.
3. **Aprendizaje para el Cambio:** basada en la combinación de la psicología y la pedagogía pues, busca responder a las necesidades existentes.
4. **Diseño Colaborativo De Proyectos:** basado en la creación de proyectos sustentables que integren herramientas dinámicas y la aplicación de la inteligencia colectiva.

Actualmente el turismo regenerativo se incorpora como una nueva clase de turismo que debería ser priorizada pues su cambio se realiza desde la creación de un producto, una experiencia, la educación de la población y sus visitantes que genere agentes de cambio para la lucha contra el cambio climático.

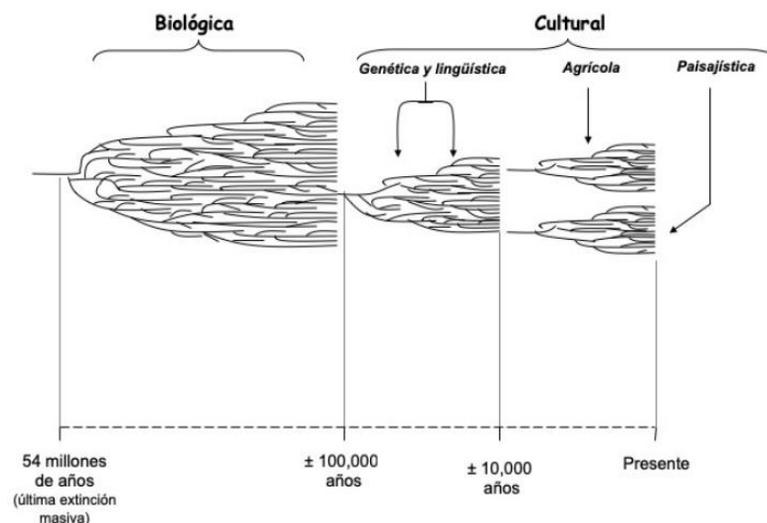
El tiempo se nos agota; en su momento La Organización de las Naciones Unidas (ONU) mencionó que teníamos hasta el 2030 para realizar cambios antes de que los recursos con los cuales subsistimos fuesen inexistentes. Ahora se dice que el tiempo es menos, por lo que desde la industria del turismo es nuestro deber contribuir al planeta y actuar.

Espejo Leupin, R., & González-Suarez, J. M. (2015). Aprendizaje transformativo y programas de investigación en el desarrollo docente universitario. *Revista de Docencia Universitaria*, 8-9.

2.1.23 Diversidad biocultural

En el libro de Victor M. Toledo y Narciso Barrera-Bassols “La memoria biocultural, la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales“, hablan sobre la diversidad biocultural en donde ponen de manifiesto los estrechos vínculos entre varios procesos de diversificación y, específicamente, entre la diversidad biológica, genética, lingüística, cognitiva, agrícola y paisajística (**figura 8**)

Esquema del proceso general de diversificación biocultural



Todas en su conjunto conforman el complejo biológico-cultural originado históricamente y que es producto de los miles de años de interacción entre las culturas y sus ambientes naturales.

2.1.24 La Cosmovisión del agave.

En cuanto a la parte cognitiva el maguey se encuentra asociada una diosa, conocida entre los nahuas como Mayáhuel, generalmente representada como una joven mujer que surge de una floreciente planta de maguey, y que en ocasiones lleva en las manos copas de pulque, aunque también puede llevar espinas o fibras. Mayáhuel también se relaciona con el grupo de diosas asociadas a la fecundidad y la fertilidad.

El origen divino de la planta del maguey, y con ella del pulque, queda expresado claramente en el relato consignado en la *Histoire de Mechiqne* que reproducimos aquí. En él se narra como Ehécatl (dios del viento y una de las advocaciones de Quetzalcóatl) va en la búsqueda de una bebida que traiga alegría a los hombres, y como de esa búsqueda se derivan acontecimientos que dan origen al *metl* o maguey.

En el área propuesta en el municipio de Calpulalpan es el único lugar en el mundo donde se encuentra el entierro a la diosa mayahuel y que los informantes de la comunidad de cual la familia rivera comentan que en sus tierras están sus restos por lo que se convierte en una puesta en valor única en el mundo. (Arqueología Mexicana, 2016)

¿Has escuchado alguna vez de los 400 conejos prehispánicos encargados de producir la ebriedad del pulque? Dichos espíritus o deidades eran conocidos como **Centzon totochtin**, que en español quiere decir 400 conejos. Eran hijos de la deidad del maguey llamada **Mayahuel**, y cada uno poseía una personalidad única. Según el carácter de quien bebiera el pulque, sería el conejo que adoptaría durante la embriaguez. (Arqueología Mexicana, 2016)

Estos elementos que vamos citando nos permiten tener herramientas para poder generar un vínculo neurocognitivo con los viajeros como los menciona Abramh Hershkio premio nobel de bioquímica que no existe nada mejor que una buena conversación para generar transformación, ya que podemos poner en valor la comunidad de la vida que gira en torno al agave y cómo influye cada elemento en el sistema y como los trasladamos a nuestras vidas para que en lugar de ponerle el nombre a la vivencia transformativa el tour mágico del pulque. Podemos poner en valor la vivencia de la inmersión por lo que se podría llamar la vivencia 400 formas de ver la vida.

2.1.25 Patrimonio Biocultural.

Por lo tanto, Víctor Manuel Toledo comenta en su conferencia en la feria del maíz en San Juan Ixtenco el 24 de marzo del 2016 que el patrimonio biocultural “es el conocimiento tradicional básicamente es de naturaleza práctica, en especial en los campos de la agricultura, pesca, salud, horticultura y silvicultura y relacionando la interpretación de la naturaleza con ese quehacer, el sistema simbólico en relación con el sistema de creencias (cosmos) ligados a los rituales y mitos de origen”.

Mientras que Hecker Boege en su libro del patrimonio biocultural y agrobiodiversidad de los pueblos originarios menciona que son Agroecosistemas tradicionales, diversidad biológica con sus recursos fitogenéticos, se desarrollan en prácticas productivas (praxis), organizada bajo un repertorio de conocimientos tradicionales (corpus).

En septiembre del 2017 en el congreso iberoamericano de guías de turistas coincido con las aportaciones del doctor Gonzalo Mérida Coímbra ya que explica que la ciencia dividió el orden de la biología y la cultura, segmento todo para entenderlo y comprobar las teorías científicas, Así los modelos de turismo privilegiaron la visita de ver lo tangible externo por lo que es hora de que Los modelos de Turismo integren lo biológico y lo cultural

- Lo tangible y lo intangible, lo material y lo espiritual
- Que la ciencia entienda que no todas las respuestas están en lo físico
- De comprender que lo espiritual es diferente a lo religioso.

2.1.26 Agaves.

México es un país privilegiado desde el punto de vista de la **diversidad de magueyes** (también conocidos como *Agaves*) que posee; es su centro de origen y diversidad natural. Pero, este género de la familia *Agavaceae*, rico en usos potenciales cayó en manos de los pueblos que dieron origen al principal centro agrícola de América, resultando en su diversificación explosiva bajo selección y manejo humano (Gentry 1982).

Es esta diversidad, primero generada por la selección natural, y desde hace unos 10,000 años, por la selección humana, la que actualmente estamos disfrutando todos los pobladores de este país y del mundo.

Los satisfactores que este grupo de plantas nos ha brindado, abarcan toda la gama de nuestras necesidades, desde las más básicas de alimentación y habitación, hasta los espirituales y de recreación.

Los antiguos mexicanos expresaban en sus *huehuetlatolli* ("la antigua palabra" conjunto de discursos para la enseñanza de niños y jóvenes), la importancia de los agaves en su vida (León-Portilla, 1991):

*"Ten cuidado de las cosas de la tierra.
Haz algo, corta la leña, labra la tierra, planta nopales, planta magueyes.
Tendrás qué comer, qué beber, qué vestir.
Con eso estarás en pie, serás verdadero, con eso andarás.
Con eso se hablará de ti, se te alabará, con eso te darás a conocer."*

Las lenguas de nuestros ancestros nombraron estas plantas metl o mexcameatl (náhuatl), tocamba (purépecha) y guada (otomí), que son fuente de alimento, bebida, fibra, medicina y material de construcción. El uso que les ha dado la fama es la producción de las importantes bebidas: aguamiel (neutli) y su fermentado, el pulque (octli), y más tarde de las destiladas: los mezcales

(mezcal, tequila y bacanora). Los españoles las llamarían maguey, palabra adoptada en su paso por las Antillas (Conjunto de islas en el Caribe y el Océano Atlántico) en el siglo XVI. Agave –del griego “admirable” o “noble”– sería su nombre científico, acuñado por el naturalista sueco Carl von Linneo en su obra *Species Plantarum* en 1753.

El maguey vive entre cinco y setenta años, según la especie, antes de producir cientos de flores que ofrecen néctar a insectos, aves y murciélagos a cambio del polen de otros individuos de su especie.

La mayoría de los magueyes desarrollan sus flores en ramas; otros en una inflorescencia formada por un eje principal alargado llamado espiga o quiotes o calehual (del nahuatl *quiotl* = tallo, brote). Las flores, conocidas como hualumbos, fertilizadas producen las semillas que el viento y la lluvia dispersan. Después de florecer y reproducirse sexualmente, el maguey muere. Las semillas heredan y mezclan los genes de la planta madre y de la otra de la cual proviene el polen. Los magueyes tienen una forma alternativa de reproducirse, que es por medio de bulbillos e hijuelos. Figura N°7: Mapa distribución de agaves en México



2.1.27 Metepantles.

Es un sistema de terraceo para hacer productivas las laderas de los cerros, en los que cada componente cumple una función específica, destacando el maguey como elemento central del complejo y que da nombre al mismo ya que METL, significa maguey y PANTLI hilera: HILERA DE MAGUEYES cuyo servicio principal fue el de controlar la erosión en las laderas, por lo que el concepto metepantle adquiere una connotación de suma importancia en la vida de estos pueblos, al proveer de múltiples benefactores como: bebida, alimento, vestido, papel, casa etc. Además de que retienen materia orgánica, filtran agua al subsuelo, y previene de la erosión hídrica y pluvial.

2.1.28 ¿Qué es un sistema agroforestal?

El International Council for Research in Agroforestry (1983) lo define como: sistema sostenido del manejo de la tierra que aumenta su rendimiento total, combina la producción de cultivos con especies forestales y animales, en forma simultánea o secuencial sobre la misma superficie de terreno y aplica prácticas de manejo que son compatibles con las prácticas culturales de la población local (Iglesias, 1999).

El funcionamiento de estos sistemas en una parcela de temporal conlleva varios beneficios como: producción de madera, mejoramiento del microclima y el suelo, aporte de materia orgánica, fijación de nitrógeno y captación de dióxido de carbono, producción de follaje y otros productos alimenticios y medicinales, gomas, resinas y fibras (Iglesias, 1999). Un sistema agroforestal con agave pulquero eleva la productividad de las parcelas, sus beneficios son permanentes y la aplicación de insumos externos es mínima y económicamente están al alcance del productor.

Una plantación de maguey pulquero incrementa su producción con la aplicación de estiércol procesado, producto local al alcance de los productores de la Altiplanicie pulquera hidalguense, debido a la combinación de la actividad agrícola con la pecuaria. Los rebaños de ovinos y caprinos, aportan la materia prima para la

fertilización, además de la carne para satisfacer la demanda de barbacoa que tiene la región.

2.1.29 Servicios ambientales de los sistemas agroforestales

Se tiene conocimiento que los sistemas agroforestales (SAF) tienen mayor ventaja que los monocultivos convencionales para proporcionar servicios ambientales, característica distintiva por su origen mesoamericano, que han sido utilizados desde tiempo ancestral y que hoy siguen funcionando para proporcionar productos básicos que satisfacen las necesidades de las familias. Algunos de los principales servicios ambientales que provee un sistema agroforestal en las parcelas y al medio ambiente en general son: 1) mantenimiento de la fertilidad del suelo/reducción de la erosión mediante el aporte de material orgánico al suelo, fijación de nitrógeno y reciclaje de nutrientes; 2) conservación del agua (cantidad y calidad) al favorecer la infiltración y reducir la escorrentía superficial que podría contaminar cursos de agua; 3) captura de carbono, enfatizando el potencial de los sistemas silvopastoriles; y 4) conservación de la biodiversidad en paisajes fragmentados. Estos servicios complementan los productos que los SAF proveen (para uso comercial o familiar; por ejemplo, leña, madera, frutos) (Beer, 2003).

El maguey pulquero, y en general todos los agaves son considerados por la ley como un recurso forestal no maderable, la norma oficial mexicana NOM-007-REC-NAT-1997 establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de ramas, hojas o pencas, flores, frutos y semillas (DOF, 1997).

2.2 Marco referencial o institucional

En el presente marco referencial se hace necesario presentar a la región poniente del estado de Tlaxcala, con sus potencialidades turísticas que son representativas de todo su patrimonio natural, cultural y biocultural ya que El Estado de Tlaxcala, México se encuentra en el centro-oriental del país a 112 kilómetros del Aeropuerto de la Ciudad de México y a 41 km del Aeropuerto de Puebla. Cuenta

con una superficie de 4 060.923 Kilómetros cuadrados, lo cual representa el 0.2 % del territorio nacional.

Figura N°10 Ubicación de Tlaxcala cerca del Aeropuerto de Puebla y CDMX



Es la segunda entidad federativa más pequeña. Está dividida en 60 municipios, En el año 2022 contaba con 1,343,847 habitantes según el Anuario Estadístico y Geográfico de Tlaxcala 2022. El concepto de uso de suelo en un 75.21% es agrícola, Bosques 15.89%, pastizal 6.28 y otros 2.62% de la superficie estatal. Gran parte del territorio se encuentra en situación de erosión.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo, se presenta la metodología utilizada para la elaboración del presente estudio denominado agaveturismo como estrategia de regeneración biocultural y que se muestra el enfoque, las fuentes de información utilizadas para el análisis, los métodos de investigación y las técnicas de diseño.

El marco metodológico nos permitirá ir construyendo el andamiaje para dar la explicación de los mecanismos utilizados para el análisis de nuestra problemática de investigación. Por lo general, es el resultado de la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico. Es importante comprender que la metodología de la investigación es progresiva, por lo tanto, no es posible realizar el marco metodológico sin las fundamentaciones teóricas que van a justificar el estudio del tema elegido.

3.1 Método de Investigación

El tipo de preguntas que se emplearon fueron de respuestas abiertas, cerradas y de opción múltiple a una escala de 1 a 10; ya que el objetivo de esta investigación es generar beneficios cualitativos y cuantitativos para el Estado de Tlaxcala incrementando visitantes por medio del producto gastronómico y turístico integrado como corredores, tours, itinerarios, rutas, destinos entre otros para la región poniente de Tlaxcala.

Se eligió un tipo de muestreo aleatorio estratificado. El instrumento de recogida fue la encuesta personal. Los cuestionarios pasaron por pruebas aleatorias para hacer los ajustes necesarios y aplicarlos.

Ya con los resultados de las encuestas mencionadas se elaboró un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). De igual modo para validar los resultados de las encuestas ya detalladas, elaborar los análisis FODA y jerarquizar las líneas prioritarias. Ya definido el FODA y las líneas prioritarias, se procedió a realizar las propuestas de productos gastronómicos integrados en la región poniente.

Para verificar la viabilidad de los posibles productos gastronómicos se elaboró un último instrumento que fue nuevamente la encuesta personalizada a personas que se aplicó en los estados de Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Veracruz por su cercanía con el Estado de Tlaxcala. La última parte de la metodología fueron las conclusiones y acciones prioritarias

Fases del proceso de investigación

1. Consulta fuentes y sensibilización
2. Aplicación de encuestas a demanda de visitantes nacionales
3. Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA del Estado
4. Definición de líneas prioritarias para crear productos gastronómicos y turísticos con Agaveturismo.
5. Encuesta viabilidad de productos gastronómicos y turísticos
6. Propuesta de productos gastronómicos y turísticos
7. Propuesta de *Stakeholders* del Estado
8. Conclusiones y acciones prioritarias 2024
9. Propuesta de futuro

En ese sentido, es necesario mencionar que los conocimientos producidos, serán aplicados a través del diseño de productos y servicios de turismo regenerativo para el poniente del estado de Tlaxcala, por lo cual el presente estudio mezcla 3 métodos prácticos para el diseño de experiencias regenerativas, estos son los pasos a seguir:

1. *Investigación de gabinete y definir el sentido del lugar* conectar, sentir y comprender el lugar para un diseño coevolutivo.
2. *Tabla de los aspectos que se deben de controlar en el diseño de una experiencia turística: Beneficios, Naim, Claim y Tagline y puesta en valor*
3. *Identificar los momentos de verdad:* Donde las tres relaciones cobran vida.
4. *Diseñar la experiencia óptima:* Incluyendo la articulación de servicios, integrar diversas experiencias (psicológicas, sustentables, sociales – culturales, emocionales y espirituales), construir un relato y narrativa, y generar una conexión con el entorno.
5. *Deep ecology*
6. Interacción con el patrimonio usando el “storytelling” y el viaje del héroe
7. *Resonancias.*

3.2 Enfoque de Investigación

Investigación científica con una metodología cualitativa y cuantitativa, basada en un estudio descriptivo (descripción de hechos observados), en donde se vive un proceso formal con un método hipotético-deductivo, es decir, que a través de observaciones realizadas en el proceso de recolección de la información (encuestas) se plantearan posibles problemas como la falta de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad turística y gastronómica por falta de competitividad; seguridad alimentaria y productos integrados que se comercialicen ya en paquetes establecidos de venta final que inhiben el desplazamiento y mayor estadía de visitantes nacionales en el estado para pernoctar y determinar estrategias prioritarias de solución con un proceso de inducción que remite las áreas de oportunidad encontradas en una teoría para formular hipótesis tales como la falta de identidad y puesta en valor del patrimonio cultural turístico y gastronómico; crecimiento desordenado por falta de planificación de productos integrados desestacionalizadores; y así se intentará validar dichas hipótesis en el trabajo de campo con técnicas inductivas como el modelo del constructivismo o del caso.

3.3 Fuentes de información

La búsqueda de información y la posterior selección de esta, debe ser exhaustiva y muy cuidadosa para evitar el sesgo.

De acuerdo con Danhke (1989), las fuentes de información pueden ser clasificadas en tres tipos: fuentes primarias, secundarias y terciarias. Por la naturaleza de este análisis, se utilizarán las siguientes:

3.3.1 Fuentes Primeras

Proporcionan información de primera mano (Danhke, 1989). Gallego & Juncà (2009), mencionan características puntuales a las fuentes primarias:

- Proporcionan información nueva, original y final en sí misma.
- No remiten ni complementa a ninguna otra fuente.
- La información que se ofrece empieza y acaba en el mismo documento.

En el presente estudio se han utilizado libros, artículos de publicaciones periódicas, documentos oficiales, entrevista a expertos, tesis, documentos no textuales: iconográficos, proyectables y audiovisuales, etc.

3.3.2 Fuentes Secundarias

La información que proporcionan proviene de fuentes primarias (Sampieri et al., 2003). Además, son consecuencia del análisis de las fuentes primarias. Gallego & Juncà (2009), mencionan características puntuales a las fuentes secundarias:

- No contienen información nueva, final u original.
- Indican qué fuente o documento puede proporcionarnos la información.
- No contienen información acabada.
- Siempre remiten a fuentes o documentos primarios.

Dentro de este tipo de fuentes de información utilizadas en el presente estudio se encuentran: bibliografías, boletines de índices, sumarios, resúmenes, bases de datos referenciales, etc.

3.3.3 Fuentes Terciarias.

Este tipo de clasificación de fuentes de información incluye datos que provienen de fuentes secundarias. Dentro de esta categoría se pueden encontrar artículos de revistas, páginas de Internet, libros que citan otros autores, entre otros. (Hernandez Sampieri et al., 2003)

En el presente estudio se consultarán páginas Web y libros que son el resultado de investigaciones de autores en otras fuentes de información o que son resumen de varios autores.

3.4 Técnicas de Investigación

Abarca, Alpízar, Rojas y Sibaja (2013), señalan que “las técnicas son el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos que auxilian al individuo en la aplicación del método”.

Por otro lado, para Ramos, E. (2018), las técnicas de investigación son los diferentes instrumentos de los que puede hacer uso el investigador con el objetivo de obtener datos, que una vez analizados permitan dar respuesta a las preguntas de la investigación, bajo un enfoque cualitativo, cuantitativo o una combinación de ambos, en las diversas etapas del proceso investigativo. Asimismo, Abarca, et. al. (2013), señalan una serie de técnicas de investigación cualitativa, entre las cuales destacamos las siguientes: Observación, entrevista, grupo focal y análisis de contenido.

Las técnicas antes citadas suelen ser reconocidas y utilizadas en la investigación cualitativa, aunque, como señala Mata, L. (2020), solamente el caso particular de los grupos focales podría ser ubicado, de forma exclusiva, dentro de la metodología cualitativa, pues, la observación, la entrevista y el análisis de contenido son empleadas como técnicas de producción de datos tanto en el enfoque

cuantitativo como en el cualitativo, radicando la diferencia en la naturaleza particular de los estudios, según sea su enfoque.

En el presente estudio se ha utilizado la observación como técnica inicial para comprender el comportamiento y conocer las experiencias de la comunidad en estudio, tal cual ocurren en su medio natural. Para Hernández, R et ál (2014), la observación cualitativa no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones.

Asimismo, se ha utilizado el análisis de contenido, el mismo que ha sido fundamental para la estructuración de la investigación, ya que como menciona Gómez, M. (2000), el análisis de contenido es un método que busca descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un texto escolar, un decreto ministerial, etc.

La técnica de la entrevista no estructurada ha sido complementaria, para entender los procesos de gestión turística en la comunidad, y con ello tener una amplitud en la interpretación de la realidad. Cabe resaltar que, para Monje, C. (2011) la entrevista no estructurada es flexible y abierta, en ella se procede sin un concepto preconcebido del contenido o flujo de información que se desea obtener, aunque los objetivos de la investigación rigen las preguntas.

Los datos obtenidos por este procedimiento deben ser sometidos al análisis crítico y conceptual, como el análisis de contenido y de los modelos teóricos.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO

En el presente capítulo, se presenta los resultados obtenidos en el desarrollo del estudio en el espacio turístico Donde se Oculta El Sol al poniente del estado de Tlaxcala conformado por los municipios de Calpulalpan, Nanacamilpa, Españita, Hueyotlipan e Ixtacuixtla, el cual se enfocó en generar directrices estratégicas de desarrollo regenerativo aplicados al turismo rural para impulsar la gestión turística de Tlaxcala.

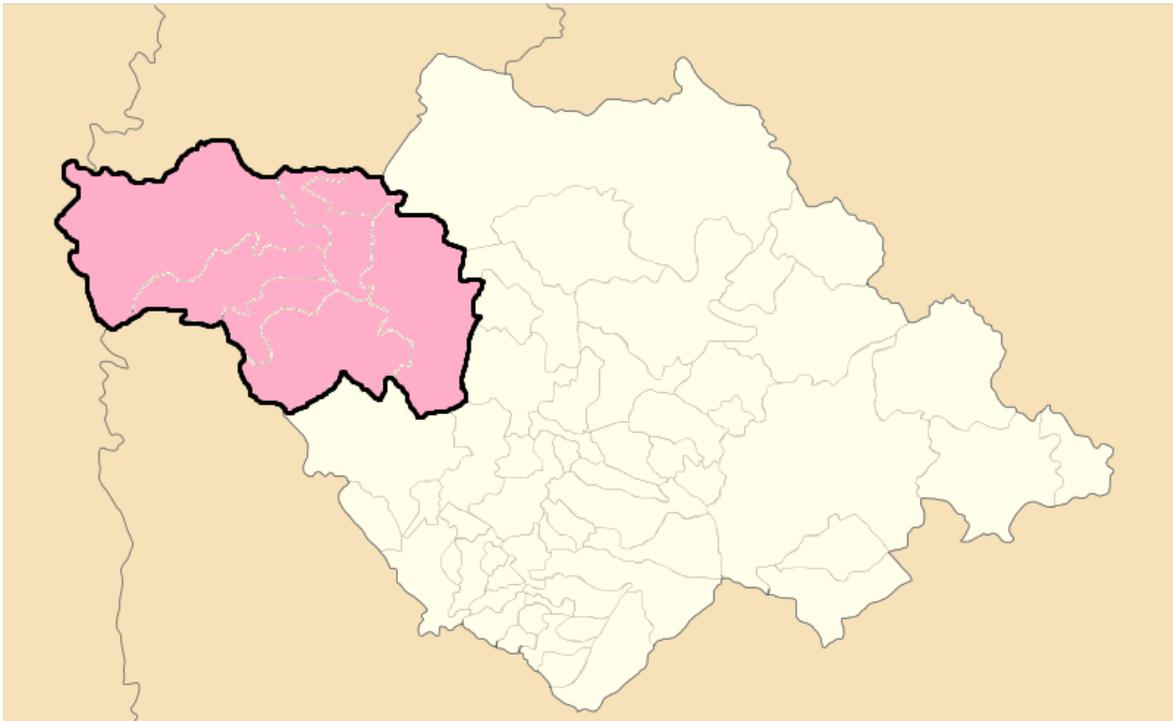
4.1 Valoración del Diagnóstico

4.1.1 Características Generales

a.- Ubicación geográfica La región poniente del estado de Tlaxcala cuenta con 822.714 km² es la puerta grande de entrada al estado, ubicada en la región del espolón de la sierra nevada y lo que se llama el bloque Tlaxcala, esta región abarca oficialmente 6 municipios de acuerdo al ordenamiento territorial de Tlaxcala, con una extensión territorial en conjunto de 822.714 kilómetros cuadrados siendo la segunda región más grande del estado, por detrás de la región Oriente, agrupó en 2015 una población de 105 271 habitantes, y tiene como cabecera a Calpulalpan. para efectos de esta investigación agregaremos al municipio de Ixtacuixtla perteneciente a los límites de la región poniente con el centro sur.

b.- Límites: Colinda al norte con el estado de Hidalgo, al noreste con la región Norte, al oeste con el estado de México, al este con la región Centro norte y al sur con la región Centro sur y el estado de Puebla.

Figura N°12: Ubicación del espacio turístico de estudio



Fuente: Consejo económico y social de Tlaxcala. POET programa de ordenamiento territorial (2017)

4.1.2 Características climáticas

El 99.2% de la superficie del estado presenta clima templado subhúmedo, el 0.6% presenta clima seco y semiseco, localizado hacia la región este, el restante 0.2% presenta clima frío, localizado en la cumbre de La Malinche.

La temperatura media anual es de 14°C, la temperatura máxima promedio es alrededor de 25°C y se presenta en los meses de abril y mayo, la temperatura mínima promedio es de 1.5°C en el mes de enero.

La precipitación media estatal es de 720 mm anuales, las lluvias se presentan en verano en los meses de junio a septiembre.

En el estado de Tlaxcala la agricultura que se practica en su mayoría es de temporal y el clima templado subhúmedo de la región favorece el desarrollo de diversos cultivos como: maíz, haba, frijol, lechuga, espinaca, amaranto, alfalfa, ajo, cebolla y col, entre otros.

4.1.3 Flora y fauna

Predominan los bosques de coníferas y encinos. En las planicies donde los suelos son poco húmedos hay matorrales y pastizales y en las partes altas de los volcanes, por debajo de las nieves perpetuas se localiza la pradera de alta montaña. La agricultura ocupa 74% de la superficie estatal.

En el bosque de coníferas: codorniz, ardilla, tejón, salamandra, rana arborícola, tlaconete pinto y murciélago. En el matorral: liebre de cola negra, halcón, coyote, paloma de alas blancas, conejo, cacomixtle, zorrillo y víbora de cascabel. En ambientes acuáticos: rana del río y carpa. Animal en peligro de extinción: águila.

4.1.4 Características Socio Económicas

Las regiones de Tlaxcala son seis áreas socioeconómicas dentro del estado mexicano de Tlaxcala. Organizado en 2007 a partir de un diagnóstico del Estado, realizado por El Colegio de Tlaxcala, en conjunto con el Consejo Económico y Social y publicado en el plan estratégico por regiones en diciembre de 2008.

El Programa de Ordenamiento Territorial de la entidad (PEOT) estructuró estas regiones con base en las propiedades viales, naturales, económicas y sociales de los municipios de Tlaxcala, cada región está liderada por un municipio, en donde se concentran las mayores interacciones de desarrollo de la población, dividiéndose así en; Norte (Tlaxco), Oriente (Huamantla), Poniente (Calpulalpan), Centronorte (Apizaco), Centrosur (Tlaxcala) y Sur (Zacatelco).

Tlaxcala cuenta con poco más de 4 mil kilómetros cuadrados ubicándose en la posición 31 por superficie entre las entidades federativas que conforman a México. Es uno de los menos poblados de la república con una población de 1 272 847 habitantes registrados en 2015.

Para el estudio del agaveturismo nos enfocaremos en la zona poniente y un municipio de la zona centro que es Ixtacuixtla.

4.2 Análisis de la Oferta

4.2.1 Recurso turístico de Calpulalpan

El municipio cuenta con diversos aspectos de interés turístico; entre ellos:

- Parroquia de San Antonio de Padua.
- Convento de San Simón.
- Convento de San Francisco; data del siglo XVI.
- La Capilla de la Tercera Orden.
- Las ruinas arqueológicas de época clásica: los cerritos, Tecoaque y la herradura.
- La barranca del Diablo.
- Feria de Calpulalpan: Esta festividad se celebra anualmente durante quince días, siendo el día principal el 13 de junio. *Esta festividad, también conocida como la feria del pulque y la barbacoa, se celebra religiosamente en honor a San Antonio de Padua; existe una gran variedad de grupos étnicos de los municipios vecinos e incluso de los Estados de Hidalgo y de México que cada año peregrinan hasta la Parroquia de San Antonio de Padua y dan gracias por los milagros concedidos.*
- La Ex Hacienda de San Bartolomé del Monte.

4.2.2 Recurso Turístico de Nanacamilpa

Cabañas

Nanacamilpa de Mariano Arista ofrece a sus visitantes regionales, nacionales y extranjeros un albergue que cuenta con cabañas, área de campamentos, canchas deportivas, juegos infantiles, caminatas guiadas, rapel, una pequeña presa ideal para la pesca y paseos en lancha, paseos a caballo y zona para la práctica de deportes de montaña.

Santuario de las Luciérnagas

Otro de los atractivos mágicos del estado de Tlaxcala es el Santuario de las Luciérnagas, en los municipios de Nanacamilpa y Españita, en los que, en los meses de junio y julio, los árboles de oyamel se iluminan a causa de la luz proveniente de millones de luciérnagas que toman posesión del espacio natural de Tlaxcala, que como cada año inician su travesía para aparearse brindando así con su luz un espectáculo natural e inigualable.

En coordinación con el ejido de San José, compuesto por más de 700 familias que poseen 2600 hectáreas de bosques, se habilitó el Sendero de la Luciérnaga, y desde 2014 se celebra el Festival Nacional de la Luciérnaga.

Requisitos para visitantes

No encender fogatas, lámparas ni tomar fotografías con flash y caminar en total silencio por este sendero son los requisitos para disfrutar y observar el espectáculo de millones de luciérnagas.

Eco-hoteles

En la zona denominada Santuario de las Luciérnagas, existen tres eco-hoteles:

- El Eco-Hotel Piedra Canteada cuenta con ocho cabañas difuminadas entre 600 hectáreas de bosque lo que te permitirá estar en contacto con la naturaleza. Se degustan platillos típicos elaborados con productos de la región. También se puede acampar, realizar ciclismo de montaña y senderismo.
- En Villas del Bosque Santa Clara se acampa al calor de una fogata en medio de un bosque rodeado de pinos y oyameles.

Eco-Hotel Laguna Azul

Las cabañas del eco-hotel Laguna Azul se encuentran a un costado de la comunidad de San Felipe Hidalgo, con vista hacia la laguna.

Celebraciones

Anualmente se celebra la feria patronal de San José el día 19 de marzo, también conocida como la feria del pulque, en la cual se realizan actividades religiosas, culturales, deportivas, gastronómicas, etc., Así como la exposición del pulque (natural, curado, enlatado y destilado) producido en el municipio.

Así mismo, el municipio también cuenta con barrios, colonias y comunidades, en estas mismas también tienen sus pequeñas ferias celebrándole a sus santos que tienen en cada capilla y también, de acuerdo la celebración a los nombres que llevan las mismas. En el barrio de Chapultepec se hace la celebración a la Virgen de Guadalupe, en el barrio de Francisco Villa a San Francisco de Asís, en el barrio de Domingo Arenas a la Virgen de santa Cecilia, en el barrio de Obregón se celebra el día de muertos, en la colonia de los niños héroes de Chapultepec se les celebra a ellos mismos en el mes de septiembre, en la colonia de la Infonavit se celebra al señor de Veneno, en la comunidad de Francisco I Madero se le celebra a la Virgen de la Concepción a inicios del mes de diciembre.

3.2.3 Recurso Turístico de Españita

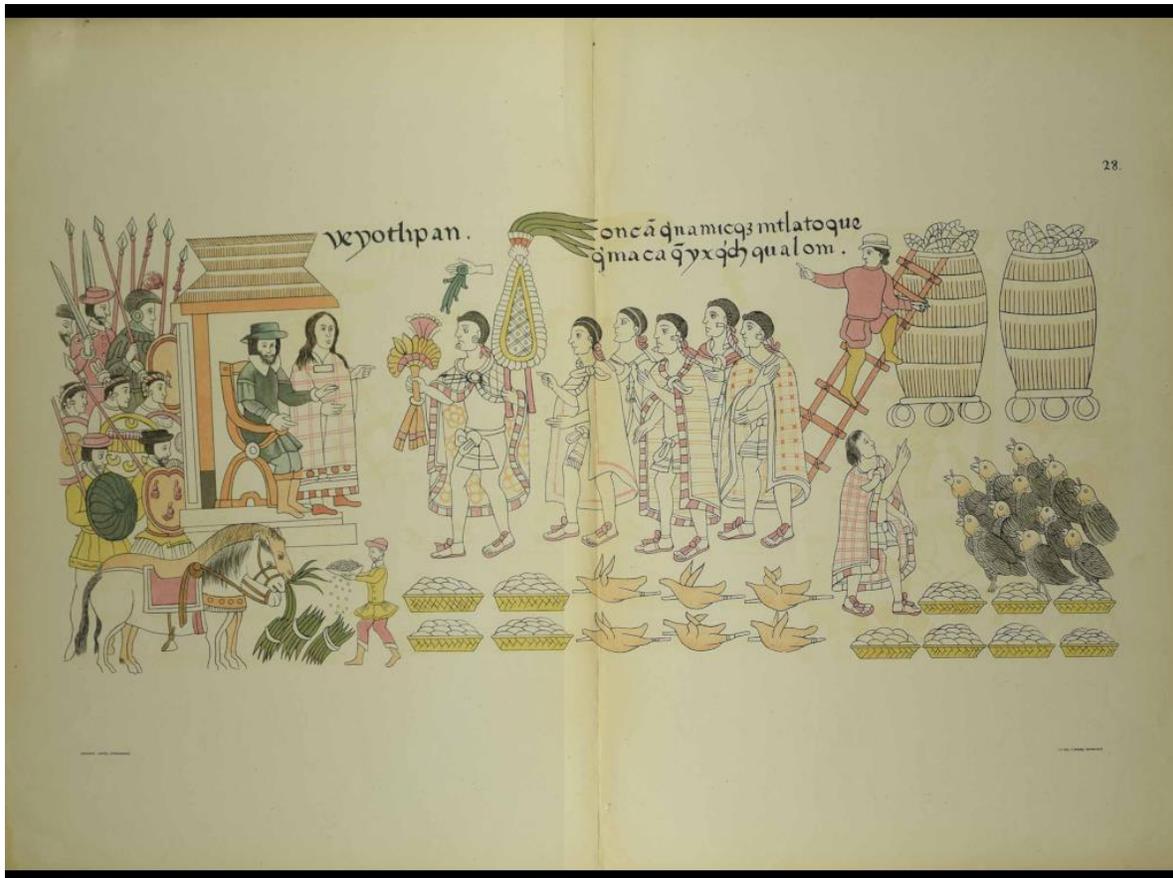
Españita es un sitio muy frecuentado por turistas dentro de la ruta turística de Calpulalpan ya que en su territorio se cuenta con albergues, balnearios, sitios naturales de gran interés, así como edificios coloniales y haciendas.⁷

4.2.3 Recurso Turístico de Hueyotlipan.

Hernán Cortés pasó por este lugar cuando huía de la ciudad de México-Tenochtitlan, en aquel entonces este era el primer pueblo en territorio Tlaxcalteca viniendo por el oeste. Ahí le atendieron y al parecer le practicaron una cirugía en donde le repararon un hueso, el cual fue dañado al ser alcanzado por una piedra durante el episodio conocido como la Noche Triste.³

Ahí también le alcanzaron los principales de Tlaxcala para corroborar que a pesar de la derrota la alianza entre Tlaxcala y los españoles seguía vigente. Y ya que algunos de los soldados tlaxcaltecas que apoyaron esta incursión habían muerto, sentían esta derrota como propia.

Figura N°13 Codice que habla de Hueyotlipan



La presencia hispánica, aparte de la posición estratégica de Tlaxcala entre el Golfo de México y el Altiplano, dinamizó la economía regional pues el camino México-Tlaxcala-Veracruz, en su tramo de Tlaxcala a Calpulalpan, pasó también por Hueyotlipan, incorporándola a la corriente de comercio.

A fines de la Colonia Hueyotlipan estaba conformada con seis pueblos, 15 haciendas y un rancho. La población española no era muy numerosa, pues apenas llegaba a 20 españoles. El mestizaje también estaba presente con una población de 30 por ciento. La población indígena no sobrepasaba 1 341 habitantes.

4.2.4 Recursos Turísticos en Españita

Españita es un sitio muy frecuentado por turistas dentro de la ruta turística de Calpulalpan ya que en su territorio se cuenta con albergues, balnearios, sitios naturales de gran interés, así como edificios coloniales y haciendas.

4.3 Gastronomía en el espacio turístico donde se oculta el sol

En estos municipios es tradicional disfrutar de barbacoa de carnero, de pollo y conejo, mixiotes de pollo y res, carnitas de cerdo, gusanos de maguey, sopa de hongos, Trucha, Chicharrón en mole verde, tamales de maíz, elotes, tortilla de trigo, tlaxcales, tlacoyos, chileatole y guisado de calabacitas. Estos platillos están incompletos sin los dulces de calabaza y frutas de la región en almíbar. La bebida que acompaña estos manjares es el pulque natural o curado con frutas de temporada en sus diferentes presentaciones.

Platillos[editar]

- Tamales, son elaborados a base de masa de maíz, con salsa de chile serrano, rajas de chile cuaresmeño, mole o de tomate, también se acostumbra poner un trozo de carne de pollo o cerdo y en los tamales de raja un trozo de queso.
- Barbacoa de carnero, Su preparación es a base de una salsa de chile guajillo y chipotle, incluyendo un trozo de carne de carnero, sobre una hoja de mixiote de maguey y son cocidas al vapor.
- Truchas, es un platillo típico preparado principalmente en los centros ecoturísticos Piedra Canteada y Villas del Bosque Santa Clara, en diferentes presentaciones, a la diablo, al mojo de ajo, empapeladas, etc., también se preparan los tradicionales.
- Tlacoyos, de origen prehispánico, los tlacoyos son un antojito mexicano que consiste en una tortilla gruesa ovalada y larga preparada con una mezcla de masa de maíz y frijol o habas cocidos con chiles secos y molidos, la cual debe ir rellena con diferentes ingredientes como son los frijoles, habas o

requesón y sobre él se le colocan algunos ingredientes que son queso rallado, cilantro picado con cebolla y salsa verde o roja.

- Chileatole, Sus ingredientes principales son masa de maíz, guías de la planta de la calabaza, chiles serranos o los comúnmente llamados chiles locos, sal y granos de elote, y algunos trozos de elote.
- Tlaxcales, Se preparan con una masa de elote maduro, guayaba, canela y azúcar, con esta masa se hacen unas gorditas y se cuecen en un comal de barro, a fuego lento.
- Carnitas de cerdo, Se requiere para su preparación trozos de carne de cerdo, jugo de naranja, un poco de leche y sal, su cocción se realiza en un cazo de aluminio y con manteca de cerdo a temperatura normal.
- Esquites, sus ingredientes principales son granos de elote tierno, hojas de epazote, ajo y chile serrano finamente picado y un poco de manteca de cerdo para freír.
- Huevos de Maguey, se dice que en la antigüedad solo podrían ser consumidos por la realeza, aztecas, sacerdotes y personajes de alto rango, actualmente los huevos de maguey se les a descubierto un sin número de propiedades y particulares de algunos ingredientes beneficiosos que son propios para efectos afrodisíacos hasta propiedades medicinales o milagrosa.
- Mixiotes estilo Tocatlán, sus ingredientes principales son los nopales, carne de pollo, tomates verdes y chiles picados, vienen envueltos en una hoja especialmente extraída del maguey que se le llama el mixiote,
- Gusanos de Maguey, también conocido como gusano de cuaresma, se crían dentro de las pencas del maguey y acompañan a los platillos típicos de la región.
- Lenguitas, son familia de los quelites estas provienen desde los tiempos prehispánicos, así como la palabra proviene del náhuatl que es “quílín” que significa planta cuyos follajes es comestible son muy nutritivas ya que

contienen vetas que ayuda si se padece estreñimiento y protegen la vista y tienen importantes números para prevenir las infecciones estomacales.

- Pollo a la penca, preparado principalmente con piezas de pollo con una salsa de chile rojo o verde y nopales picados, sobre una penca de maguey la cual cubre los ingredientes, cocidas principalmente en horno artesanal.
- El pulque o bebida de los Dioses, se elabora a partir de la fermentación del aguamiel (de sabor extremadamente dulce) y mucho depende de la variedad del maguey, el piso y el agua, su consistencia regularmente es espesa, también es acompañado con diversas frutas de temporada a lo que se le conoce como pulque curado. Existe en la comunidad de Nanacamilpa una pequeña empacadora que se encarga de enlatar el pulque para exportarlo con vísperas de crecimiento.

4.4 Diseño de Producto

4.4.1 Donde se Oculta el Sol Ixtacuixtla, Española, Hueyotlipan, Nanacamilpa y Calpulalpan

En el poniente del estado de Tlaxcala “no solo somos luciérnagas”, pero nuestros anfitriones de 5 municipios te compartirán vivencias para entender parte de nuestra cultura de la región por Donde se Oculta el Sol. Cocinando sabores únicos, caminando entre bosques y magueyes, conectándome con el barro, aunado a contarte historias en nuestras haciendas, templos, zonas arqueológicas y hasta en un santuario de burritos. Interactuó con el patrimonio vivo puesto en valor para ti, tu pareja, amigos, grupo o familia, mediante tu estancia turística en nuestros sitios de interés, te desconectarás de las tensiones provocadas por la vida cotidiana para conectar con memorias de vida y naturaleza, tras convivir con nosotros reflexionaras sobre otra forma de ver la vida. A continuación, se muestra la propuesta de ruta de agroturismo para la creación del producto.

Figura N° 14 Espacio Turístico Donde se Oculta el Sol

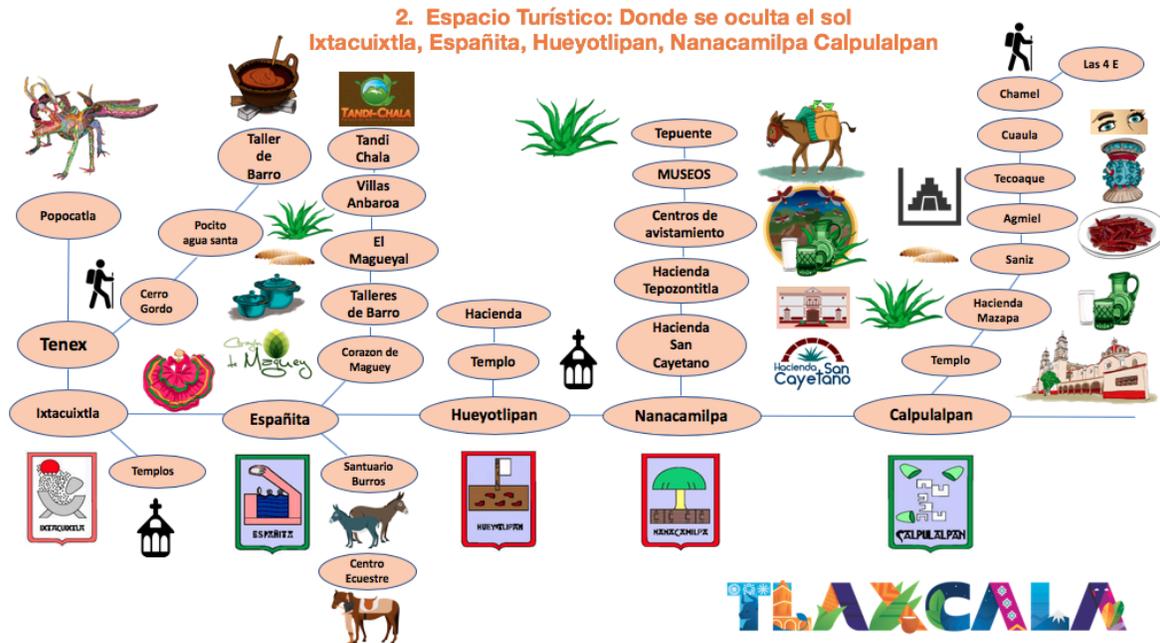


4.4.2 Atractivos turísticos con potencial en la región.

- Zona arqueológica: (Tecoaque)
- Turismo Religioso: (Convento de San Simón y San Judas, Parroquia de San Antonio de Padua en Calpulalpan, San Ildelfonso, en Hueyotlipan, Santuario Virgen Loreto, Las pilas en Españita)
- Gastronomía: (Productos a base de maguey y maíz)
- Artesanías: (Talleres de Barro, Artesanía con ococintle, Artepiruinaria, talleres ojitos)
- Museos: (La Luciérnaga, de sitio de Tecoaque)
- Haciendas: (San Cayetano, Tepotzontitla, Mazapa)
- Santuarios: (Del Burro y Centros de avistamiento)
- Turismo Rural (Agaveturismo, Agroturismo y ecoturismo en Tandi Chala)
- Agroturismo: (Huertos, frutales, plantas medicinales, potrero, presa San Antonio.

4.6 Propuesta de ruta completa

Figura N°15 Propuesta de Ruta Agaveturismo



Ejemplo de programa de dos días de actividades

Figura N°16: Ejemplo programa de 2 días



Día 1 Sábado

10:00am Arribo al sitio arqueológico de Tecoaque visita guiada
12:00pm AgavExperience en la comunidad de Tepunte: Raspado de agave, extracción de aguamiel, degustación, cata de pulque, ritual y taller de educación ambiental.
15:00pm Degustación de platillos de cocina rural a base de Agave
17:00pm Visita guiada por La Hacienda de San Cayetano: Degustación destilado pulquero, Taller de curados de pulque.
20:00pm Cena de Hacienda y Cata Destilados de Agaves
9:00pm Check in

Ejemplo de vivencia
Agroturística Agaveturismo

Domingo Día 2

8:30am Desayuno: atole de aguamiel, quesadillas de hongo y corazón de maguey.
9:30am AgavExperience en la comunidad de Alvaro Obregón: Raspado de agave, extracción y degustación de aguamiel, caminata por el magueyal, capado de maguey meditación y baño de bosque.
13:00pm Comida: conejo en penca, sopa de maguey, frijoles de la olla, salsa de chapullin y chinicuil. Pan con miel de maguey y agua de pinole
15:00pm Visita al taller de Barro
16:00pm Visita al Santuario de Burros: convivencia con los pollinos, caminata con burros y ordeña. Degustación de malteada con leche de burra.
17:30pm salida cdmx

4.8 Demanda turística postmoderna.

Parte fundamental de esta investigación la información fue adquirida en el curso de desarrollo regenerativo aplicado al turismo del Ingeniero Mario Socatelli ya que comenta que los nuevos turistas buscan autenticidad, que sus viajes tengan un sentido profundo y que tenga una implicación emocional, algo que los toque muy de cerca, una oportunidad de reinventarse así mismo por lo que el Agaveturismo es una buena opción para el viajero posmoderno.

Mario Socatelli comenta que, a través de muchos análisis, se concluye en ocho características que tiene el turista posmoderno, por lo que a continuación las compartiremos y su relación con el agaveturismo.

1. Genuino: amante de la autenticidad, no le gustan las cosas fabricadas, le gustan las cosas que transmitan vida, pero sobre todo que transmiten autenticidad. Busca un reencuentro con lo que es natural y cómo funciona la vida, por lo tanto, el agaveturismo es una excelente opción porque nada está montado ni fachadizado los lugares, los espacios y los momentos que comparte la comunidad local con el visitante y en estos espacios el turista se adapta a la comunidad y no la comunidad se adapta al turista ya que la originalidad del producto puede ser un éxito porque lo hace diferente y apto para el turista posmoderno

2. Holístico: porque les gusta abrazar el todo, aunque al igual que el ingeniero Mario Socatelli coincido en que muchas personas de la generación de relevo recurren al oráculo Google o Wikipedia y a veces olvidan los libros. Esta situación pone al doctor Mario en duda sobre esa particularidad holística, pero vamos a decir que, si la tienen al igual que la agricultura regenerativa es un enfoque holístico que busca restaurar y mejorar los ecosistemas agrícolas, promoviendo la salud del suelo, la biodiversidad y la captura de carbono como lo hace el sistema metepantle como eje central del agaveturismo.

3. Interactivo: las generaciones se aburren fácil si no hay entretenimiento, las generaciones de relevo quieren tocar quieren formar parte de interactuar con la vida. La experimentación es parte fundamental de cómo se comporta. En el caso del agaveturismo es un recorrido totalmente interactivo donde se pueden desde descalzar y tocar la tierra para sembrar su maguey hasta participar en talleres, gastronómicos, artesanales y realizar actividades como senderismo, fotografía de naturaleza, preparación de plantas medicinales, entre otras cosas más.
4. Espontáneo: no planean, pero ni siquiera el segundo siguiente son muy reactivos a las emociones. De último momento. Por lo que el agaveturismo está diseñado para tours de último momento.
5. Son conscientes sociales muy altos por lo que los viajeros podrán participar en alguna obra de conservación o restauración en beneficio de la biodiversidad y agrobiodiversidad así como generar un beneficio a la sociedad.
6. Son muy sofisticados por el nivel de información que manejan buscan gustos muy especiales y muy particulares por ejemplo citando al doctor Mario Socatelli en el ejemplo de las cervezas artesanales, de igual forma se puede cubrir este grado de sofisticación para los viajeros porque existe una cerveza de maíz morado con miel de maguey.
7. En la generación de relevo ese proceso de experimentación de conocimiento especializado, resultado del alto nivel de información que manejan los hace altamente sofisticados y son conocedores resultado de ese nivel de información. Inclusive conocen a la hora de viajar realidades de la comunidad receptora que los mismos receptores de las comunidades desconocen.
8. Moderados, desafortunadamente la gente tiende a entender que la generación de relevo son tacaños o que no tienen plata, o ninguna de las dos. Todo lo contrario,

su poder adquisitivo es sumamente alto por lo que agaveturismo tiene valor y lo que vale cuesta por lo tanto pueden pagar vivencias de un día que pueden llegar a costar \$1000 en un full day.

4.9 Análisis de la demanda

En lo que se refiere al turismo en el Estado de Tlaxcala, a pesar de contar suficientes ventajas competitivas relacionadas con el patrimonio natural, cultural, patrimonio biocultural y agrobiodiversidad, además de su conectividad y posición geográfica estratégica (120 km de la Ciudad de México), el turismo no ha logrado posicionarse como una actividad preponderante de la dinámica económica y social del estado, debido, entre otras causas, al modelo de un turismo convencional y estandarizado que se ha venido ejerciendo desde hace más de 15 años, que centraliza las decisiones en el actor gubernamental, excluyendo de manera recurrente a los actores empresariales y sociales del turismo del proceso de toma de decisiones, sin que existan contrapesos con sustento a ese centralismo y por lo cual no se transita a los nuevos modelos de desarrollo turístico como el del enfoque regenerativo.

4.10 Concepto de Turismo y su aplicación para el Agaveturismo.

Por lo tanto la propuesta del Agaveturismo, tiene como temática fundamental, que el visitante pueda realizar diferentes actividades que se conviertan en vivencias transformativas como: caminatas cortas para admirar el paisaje agavero, participar en talleres gastronómicos a base de derivados de agave, talleres artesanales en el contexto del agave, el territorio permite realizar la observación de flora, aves, colecta de plantas medicinales, participación en obras de restauración de suelos, senderismo, visita haciendas, fotografía, paseos en bicicletas de montaña, talleres de educación ambiental con la temática del maguey, baños de bosque, visita a zonas arqueológicas y representación de leyendas teatralizadas referentes a la

cosmovisión del maguey, entre muchas otras más que se pueden crear para que el visitante pueda disfrutar durante su estancia turística, en escenarios diferentes a su entorno habitual.

4.15 Testimonio

Sin embargo hay quienes piensan distinto, Por ejemplo, en entrevista con Víctor Bastida Rodríguez, habitante del área de estudio en la comunidad de Tepunte Municipio de Nanacamilpa nos da su opinión acerca de la invasión del maíz transgénico e híbridos que desplaza a los maíces nativos aunado al deterioro de suelos causado por el uso de pesticidas y plaguicidas dentro del territorio sobre todo en el cultivo de papa, así también nos comenta que el monocultivo por el uso de la cebada para abastecer a la fábrica de maltas proveedoras para generar la cerveza industrializada, donde sus prácticas generan despojo de tierras, uso de químicos, explotación laboral, entre otras situaciones que han afectado aspectos económicos y de pérdida de biodiversidad y patrimonio cultural en el poniente del estado de Tlaxcala, por lo que esta investigación para fines prácticos, tendrá como área de estudio la región poniente conformada por los municipios con vocación turística y con infraestructura moderada para ejercer actividades turísticas en los municipios de Ixtacuixtla, Españita, Nanacamilpa y Calpulalpan, considerado este espacio turístico de acuerdo a la página oficial de la Secretaría de Turismo de Tlaxcala, la ruta turística denominada donde se oculta el **sol**.

4.16 Turismo Sostenible y su aplicación al Agaveturismo

Un primer paso es aplicar estas tres dimensiones en el Agaveturismo para después transitar a los principios del enfoque regenerativo por lo que a continuación mencionaré la propuesta de cómo se pueden cubrir estos pilares para generar desarrollo con enfoque sustentable.

- Sostenibilidad económica por que, al momento de realizar actividades turísticas, se generará derrama de manera directa para la comunidad como

guías, cocineras, leñadores, pulqueros, hongueros, barbacoeros, ayudantes de tinacales, artesanos, productores, agentes culturales locales aunado a operadoras, transportistas, guías certificados, diseñadores, web máster, hoteleros, restauranteros, hacendados, entre otras personas dentro de la cadena de actores locales que intervienen en el agaveturismo.

- Sostenibilidad social por la igualdad entre hombres y mujeres en el proyecto, así como libertad de trabajar en él o no, ya que uno de los principios será que los beneficios sean aprovechados por el bien común sobre el bien particular. Implementaremos talleres de reforzamiento de identidad sociocultural, a través de la cocina, así como de la investigación histórica de las comunidades y su importancia para la humanidad. Mediante este proyecto se evitará la migración del oficio del tlachiquero y otras personas que buscan el sueño americano de ir a Estados Unidos y Canadá, aprovechar la motivación emprendedora de la comunidad local para la creación de proyectos como un museo comunitario y desarrollar proyectos como del tren pulquero que pasaba por la región para salir a la Ciudad de México, la tirolesa pulquera entre otros). El agaveturismo genera integración familiar compañerismo, lazos de confianza y fortalece el tejido social.
- Sostenibilidad medioambiental por que con nuestro granito de arena podemos ayudar a mejorar el ambiente de las especies del bosque. Se invitará a participar de forma responsable al realizar las visitas. Ya que desde el lugar de origen de los turistas hasta el destino final en el magueyal, existe una emisión de gases de efecto invernadero que ocasionamos a través de la combustión que se realiza al ocupar un transporte en el traslado turístico, para disminuir nuestra huella ecológica se ofrecerán en estos recorridos un taller de educación ambiental denominado “Adopta un maguey con tu nombre” en donde los viajeros sembraran un maguey con su nombre para ayudar a la captura de carbono y disminuir la emisión de gases de efecto

invernadero también esto ayudará a la filtración del agua al subsuelo, prevención de la erosión eólica y pluvial mediante la siembra de un metepantle (pared de magueyes) herencia biocultural de México y del mundo así contribuirás en la conservación del ambiente. De igual forma los incendios son comunes en estos bosques por lo que en las visitas se participará en una reforestación del bosque para echarle una manita a la madre tierra y también aumentar la cantidad de árboles del sitio ya que ha disminuido por la tala. De igual forma los predios donde realizan la observación de flora y fauna los campesinos locales pueden ser concientizados de no utilizar pesticidas y plaguicidas teniendo buen resultado y aprovechando compostas caseras y bioplaguicidas, esta acción ayuda a conservar insectos como las luciérnagas, y otros animales, microorganismos y vegetales. A demás de que no se permite el uso de plásticos, desechables, consumo de comida chatarra, etc. sino que se obsequia en este recorrido un recipiente de barro que (se compra con artesanos de barro de Tlaxcala) para las bebidas, evitar fumar, llevar música y herramientas que produzcan luz en la noche, prohibido introducir basura al sitio de observación y contemplación en el bosque. Se planea brindar capacitaciones en educación ambiental en la comunidad, así como prácticas para reforzar la identidad cultural.

4.17 Áreas de oportunidad en sostenibilidad para el Agaveturismo

En cuanto a lo ecológico se puede proponer un espacio comunitario para la creación de compostas y abonos orgánicos, aplicar técnicas como la asiática del bocashi, pero aquí sería “pulcashi” ya que los componentes del pulque permiten la degradación de la materia orgánica más rápido por la cantidad de microorganismos, esta será utilizada primeramente para abonar los campos de cultivo y sistemas agaveros de la comunidad local y los excedentes serán usados para la venta. De igual forma se propone la creación de un invernadero comunitario para la

salvaguarda de semillas nativas florales, frutales, granos y para la propagación de Maguey por semilla.

Proponer un Glamping comunitario de bioconstrucción para poder ofrecer la pernocta y generar ingresos.

En cuanto a lo social seguir brindando talleres de reforzamiento de identidad cultural, de equidad de género, entrenamiento en el fortalecimiento de capacidades en el área de alimentos y bebidas como inocuidad de alimentos, cocina de creación, intercambio de conocimientos con cocineras tradicionales, empoderamiento de la mujer en la prestación de servicios turísticos.

En cuanto a lo económico formar una cooperativa para la venta de artesanías y productos de las comunidades como pulque, sazónadores de carne, mixiotes, corazón de maguey, galletas de pulque, flor de maguey, gusanos de maguey, quesos, carne de borrego, salsas etc. y buscar canales de comercialización para su venta.

Empoderar a la comunidad para que formen una cooperativa operadora de turismo comunitario.

Gestionar una tirolesa para generar alternativas de actividades complementarias a las de turismo rural, ecoturismo y capitalizarse para el aprovechamiento económico y aplicación en la conservación de la biodiversidad y agrobiodiversidad.

4.18 Desarrollo regenerativo y Agaveturismo

Los fundamentos del desarrollo regenerativo y cómo se puede implementar en el Agaveturismo, constituyen el factor diferenciador de la iniciativa como producto turístico.

Goerner Por lo que el sistema agroforestal del agave llamado metepantle, es una especie de planta del tipo de las suculentas que ha sido utilizada en Mesoamérica por más de 9 mil años para la obtención de fibras, azúcares y particularmente en México, en la fabricación de bebidas. Por lo que por sí sola la planta del agave cumple por su naturaleza procesos de auto alimentación y auto renovación motivo por el cual continúa su capacidad de prosperar a lo largo del tiempo soportando sequías, lluvias, heladas, incendios entre otras circunstancias inesperadas. Por lo que por sí solo el agave está diseñado para regenerarse y darnos una enseñanza de vida a quienes gusten conocer de la planta.

Coincido en este caso con Maturana, parte de los objetivos del agaveturismo implica recuperar diversos usos del agave desde volver a reinsertar el sistema metepantle con frutales, hasta la producción de fibras, casas de bioconstrucción, alimentos para personas y animales, vestimenta entre muchos otros usos que desaparecieron o están en peligro de extinción. Cuenta otro informante el Ingeniero Juan Morales Pluma productor de destilado de agave pulquero “que en la época de las haciendas pulqueras vivieron los hombres más ricos del mundo como Torres Aladid y muchos otros más en Tlaxcala” y sobre todo en nuestra área de estudio en la zona poniente en donde este espacio constituía un ámbito de bienestar y de convivencia gracias al sistema agroforestal del metepantle con frutales. Por lo que hacer incidencia para la comunidad local y turistas en la plantación de agaves puede propiciar una regeneración ecológica por los beneficios de dicho sistema agroforestal antes mencionado y de regeneración cultural por la recuperación de la

tradición oral, mitos, leyendas, usos de la planta con fines gastronómicos, artesanales entre otros. (Regenesis group, 2015).

Por lo que el crear una nueva categoría de turismo rural denominada Agaveturismo corre un papel creativo como área de oportunidad en la diversificación del producto turístico sirviendo como herramienta de regeneración biocultural del sistema agroforestal denominado metepantle, teniendo como principal objetivo, generar ingresos complementarios a las actividades cotidianas de la vida de campo, comprender la importancia de este sistema ecológico desde la comunidad de la vida.

Tomando en cuenta todos estos conceptos antes mencionados es claro que desde las montañas se debe restaurar el suelo con un sistema de biodiversidad y agro biodiversidad desde las partes más altas reforestar con árboles maderables, agaves, frutales, plantas medicinales, a esto, agregar sistemas de captación de agua pluvial en contenedores artificiales, tanto como en contenedores naturales como jagüeyes (ollas de agua) que sirvan, de igual forma para hidratar fauna nativa así como los animales de trabajo que se necesitan en el campo y en algunos casos ocuparlo para riego, ya que se necesitará el recurso hídrico para la producción de alimentos, teniendo como principio central una seguridad alimentaria, en cuanto al uso de no pesticida, ni plaguicidas, promoviendo los bancos de semilla y el consumo de semillas nativas no híbridas ni transgénicas para el procesamiento de alimentos no industrializados abastecer a las comunidades locales y los excedentes puedan venderse en productos de transformación agroecológica, de igual forma se pueden construir cabañas de adobe con techos de pencas de maguey y los invernaderos de producción= de hortaliza y piscicultura.

Sin embargo, coincido con el Ingeniero Mario Socatelli en donde en su conferencia virtual sobre la creación de experiencias regenerativas, claramente marca la diferencia de porque llamarle desarrolló regenerativo aplicado al turismo, ya que “cuando nosotros decimos desarrollo regenerativo estamos convirtiendo el

concepto en una disciplina y la disciplina supone linealidad mecánica y una aproximación sistemática del concepto.

De igual forma comenta que “en primer lugar debemos de reconocer que la OMT no tiene una definición para turismo regenerativo por lo tanto técnica y legalmente eso no existe. La primera persona en el mundo que empezó hablar del concepto de la aplicación del Marco conceptual del desarrollo regenerativo fue la doctora Ana Pollock que ella empezó hablar de este tema hace unos 10 años lo que pasa es que por cuestiones idiomáticas en inglés se puede decir Regenerative Travel porque ellos hablan de viaje regenerativos no hablan de turismo regenerativo si ustedes buscan la literatura en inglés descubrirán que en inglés no se habla del Regenerative Tourism se habla de Regenerative Travel viaje regenerativos y eso es lo que promueve Ana Pollock desde hace ya más de 10 años.”

Al igual que Maturana el Ingeniero Mario Socatelli comenta que el desarrollo regenerativo aplica como un marco conceptual ya que se puede aplicar a la ganadería a la arquitectura la construcción al urbanismo a la economía básicamente a cualquier campo.

4.19 Gilmur y Pine economía de experiencias para el Agaveturismo

En la primera dimensión el visitante puede participar activamente en el taller de educación ambiental “adopta un maguey con su nombre” que consiste que el visitante cabe una cepa individual o en equipo y que a manera de reto siembre el agave previamente tratado para este uso, para que el usuario se descalce conecte con la tierra y que con sus manos toque la tierra, lo plante y al final que le hable que le diga lo importante que es para la tierra y que le agradezca los beneficios que nos brinda a los seres humanos y al final ponerle un nombre como Juan o como Panchito o Felicidad, Fertilidad o el nombre que salga del corazón de las personas bajo la conducción de un guía facilitador de vivencias transformativas y al final para cerrar el turista que lo desee comparta su forma de sentir y pensar de la actividad que

realizó a manera de cierre. Pero de igual forma el agaveturismo ofrecerá talleres gastronómicos a base de maguey, taller de curados de pulques, realización de tortillas y tlacoyos, hacer una composta llamada pulcashi, entre muchas otras más

En cuanto al segundo cuadrante la absorción será asimilada al conocer la importancia de la planta del agave y sus múltiples usos para comida, vivienda, ropa aunada a la importancia en cuanto a los beneficios ambientales para transitar en este punto de la experiencia instagrameable a la vivencia transformativa. Regresando al ejemplo del taller de educación ambiental adopta un maguey con tu nombre el visitante reconocerá como se trasladan estos principios a la comunidad de la vida mediante la siguiente explicación ya agregando un enfoque regenerativo.

1. Hacer dos preguntas a los turistas, que si saben: ¿De dónde viene lo que comes? y ¿Qué efectos causa la producción de dicho alimento?

Una vez contestada la pregunta el guía facilitador de experiencias tomara el hilo conductor para explicar sobre la agricultura y ganadería convencional, que efectos origina el traslado y empaquetado de alimentos en cuanto a emisión de CO_2 entre alguna otra situación que pueda tener relevancia en el mensaje. De igual forma puede hacer una analogía preguntando al turista ¿qué prefieres? Tomar una Coca Cola que saquea los mantos acuíferos, produce basura y te causa diabetes, a un agua de fruta endulzada con miel de maguey que tiene la propiedad de ser hipoglucémico ya que reduce niveles de azúcar y que apoyas a una familia con tu compra.

Y de ahí decirles que los productos alimenticios del agave son orgánicos sin químicos ni pesticidas, que nutren y no destruyen por lo que al plantar maguey absorberán CO_2 que se producen de la alimentación industrial y otras actividades económicas como el mismo turismo en la emisión de gases por el tráfico aéreo o traslados de viajeros.

2. De igual forma se hará la pregunta siguiente, ¿Con qué materiales son construidas sus casas?

La mayoría va a responder con cemento y varilla porque vienen los turistas de las ciudades. Y el guía facilitador puede comentar que son de las industrias que más contaminan y a manera de ejemplo puede mostrar que con las pencas y tierra se pueden hacer casas muy bonitas de adobe o piedra y techos de maguey que de igual forma pueden ser un atractivo para inversionistas en hacer este tipo de hoteles temáticos con el agave. Por lo que nuevamente en la construcción hay motivos porque seguir sembrando maguey en sustituto de materiales industrializados que originan toxicidad.

3. Y la tercer parte preguntar ¿De dónde viene su ropa?

En este caso hablar de la maquila, explotación laboral, contaminación de ríos etc.

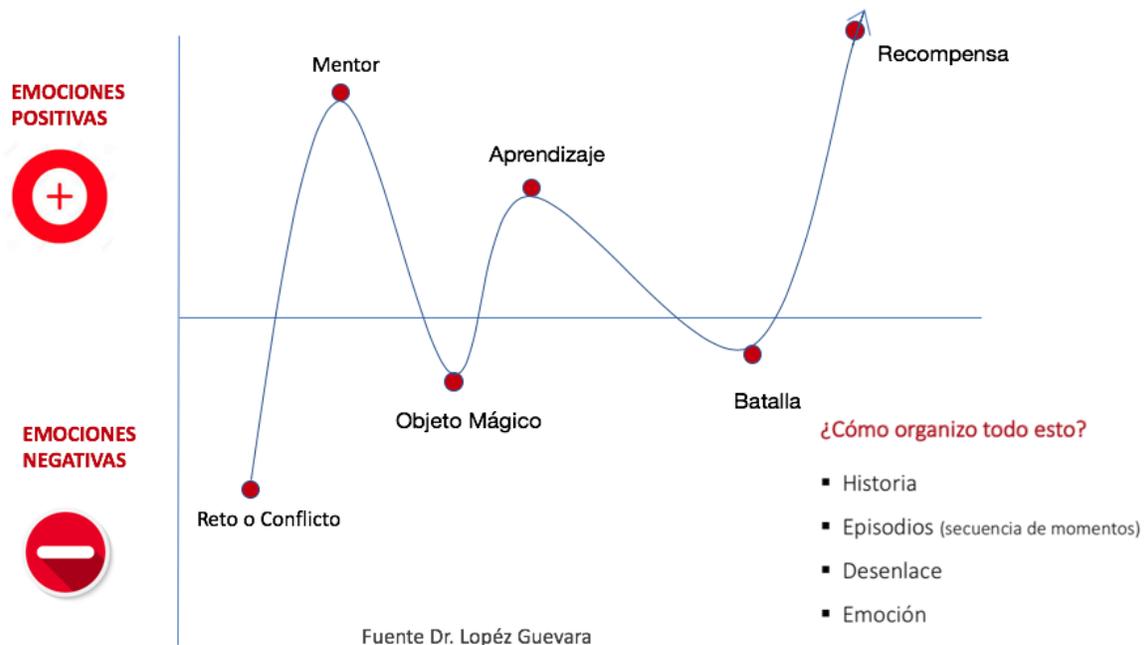
Hablar del ixtle que es la fibra que se extrae del maguey para hacer ropa que ya está por desaparecer esta técnica que la mayor parte se concentra en el estado vecino de Hidalgo.

Al final ellos como el maguey limpiara su conciencia de no usar productos que aumenten la emisión de co2 y al finalizar, lanzar alguna otra pregunta detonadora para propiciar una participación activa, pasiva y absorción con enfoque regenerativo. Todo esto me viene a la mente cuando mi maestro el Ingeniero Mario Socatelli dio un ejemplo de la vainilla con el murciélago polinizador *enterolobium vainilus*.

Para generar inmersión se utilizará el “storytelling” con la técnica del viaje del héroe aplicado para el turismo de acuerdo con lo que comento el Dr. López Guevara en su curso taller, fortalecimiento y evaluación de la experiencia turística biocultural.

Por lo que para generar esta narrativa usaremos el siguiente plano compuesto por emociones positivas y negativas que mostramos en la Figura 12.

Figura N°14: Secuencia Herramienta Story Telling según López Guevara

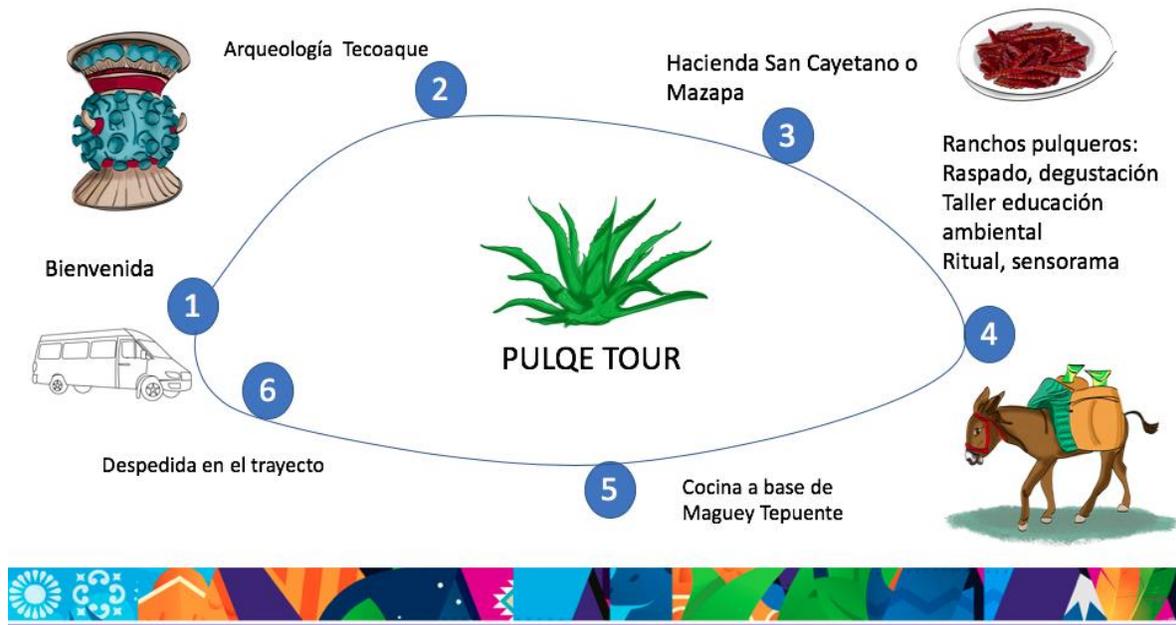


Pasos en la secuencia del relato.

- A) El reto, conflicto o problemática.
- B) El mentor o héroe.
- C) El objeto mágico es patrimonio natural, cultural, y biocultural.
- D) Educación.
- E) Batalla.
- F) Recompensa.

Todo esto se organiza bajo los siguientes componentes: historia, episodios (secuencia de momentos) con un desenlace para activar una emoción, ya que esta narrativa o relato será una historia que se narrará a través de episodios que conducen a un desenlace emocionante. Esta será la base de las experiencias de agaveturismo para transitar a las vivencias transformativas utilizando el Flow Map creado por la

Iniciativa Global de Turismo Regenerativo por lo que a continuación ejemplificamos con esta técnica del “storytelling” una propuesta de narrativa para El Pulque Tour. Figura N°15 Ejemplo de Pasos de una Experiencia de Agaveturismo



A la llegada de los grupos cerveceros a nuestro México, se crea un mito denominado popularmente como “La Muñeca”, el cual dice que se agregan heces fecales al pulque para acelerar la fermentación lo que generó desprestigio de la bebida de los dioses.

En nuestros tiempos el maguey está en peligro de extinción y junto con ello el aguamiel, el pulque, los mixiotes, los gusanos de maguey, los beneficios ambientales, el tlachiqero (quién es la persona que raspa el maguey), hasta el burrito está en peligro de extinción. Por lo que Agaveturismo preparó para ti una vivencia para aumentar tu curva de nivel de aprendizaje donde conectarás con la biocultura del maguey que es una planta que todo el mundo debería de conocer, descubrirás la historia del agave desde tiempos prehispánicos, el periodo de las haciendas hasta su pervivencia en nuestros tiempos. A través de la metodología Flow map de la IGTR, revalorizar la importancia del maguey y su contexto en nuestras vidas. El sitio arqueológico, la hacienda y los magueyes rodeados de milpa

Coincido con el doctor Mario en que ahora todo tratan de venderlo como experiencia, sin que realmente exista una transformación en las personas y en el entorno donde se desarrolla la dinámica turística.

Por definición, una experiencia de latín *experiri*, se refiere al conocimiento procedimental de cómo hacer algo en lugar del conocimiento factual que es que son las cosas o haber vivido algo y conocerlo lo suficiente como para saber cómo tratar con ello.

Después de haber estudiado y aplicado las experiencias esta investigación trasciende de una experiencia que no significa nada y sólo asigna valor conceptual para que aquello sea más competitivo a una vivencia. Uno piensa que quiere emociones, pero para un concepto regenerativo, se propicia generar una experiencia que transforme la vida de los usuarios para que contribuya a formar la personalidad del sujeto, es decir, incidir en su ser en este caso la regeneración biocultural que existe en torno al agave.

El maguey no solo es útil para delimitar terrenos, sino que constituye por sí mismo una cerca viva que protege de intrusos, de los vientos, además se genera un microclima que favorece la retención de humedad y suelo. Normalmente entre magueyes se agregan árboles frutales, nopal y otras especies de árboles o plantas de interés a los campesinos, favorecen la retención de suelo y aprovechamiento y control de agua de lluvia, conforman barreras vivas de gran calidad que favorecen la productividad de los cultivos y son fuente de alimentos que complementan la dieta de los productores e incrementan la productividad y el valor económico de la parcela. En la figura 7 se observa cómo se intercala el maguey con árboles frutales en una parcela con calabazas y sus flores que son alimentos parte del sistema milpa y con ello la captación de agua y formación de barreras vivas en el Rancho Corazón de Maguey del Ingeniero Alfonso en el Municipio de Españita.

La experiencia es simplemente la acumulación del conocimiento de usted, por error, por la edad que ha vivido mucho. Tienes mucha experiencia porque te has equivocado mucho. De hecho, los autores dicen que la experiencia es algo que es la suma de los errores más el tiempo vivido, pero sólo se refiere a conocimiento procedimental cómo se hacen las cosas, mientras que la vivencia es experiencia es el conocimiento factual y es como son las cosas. Nosotros lo que nos interesa ese concepto es profundizar en lo que es el conocimiento factual, por lo que para la agaveturismo el viajero comprenderá que es el agave el sistema metepantle que observamos en la figura 16 y que nos trata de decir desde la comunidad de la vida y que a continuación describiré.

Si observamos la figura 16 y consideramos que el primer plano de la foto es el de arriba, se pueden observar las copas de dos árboles frutales de tejocote y en medio un árbol del fruto del Capulín árboles endémicos de México, que de igual forma generan materia orgánica, filtración de agua al subsuelo y dan alimento a las aves y otros animales y al ser humano sirven de barreras contraviento entre otros usos en el segundo plano a 3/4 de la foto. Vemos el sistema Milpa donde hay maíces de diferentes variedades y frijol y flor de calabaza. En el tercer plano vemos un Maguey grande otro Maguey que está tapado por una enredadera de flor de calabaza y otro Maguey pequeño, al lado derecho de la foto, por lo que es un sistema de árboles frutales, asociados al sistema milpa y al sistema metepantle, lo que nos dice desde la comunidad de la vida, los beneficios para el ser humano desde la alimentación de limpieza de oxígeno, la creación de compostas la atracción de polinizadores y variedades de semillas, entre muchos otros beneficios, por lo que nos trata de decir desde la comunidad de la vida es que donde hay Maguey y hay maíz se puede vivir.

Figura N°16 Sistema metepantle asociado a frutales nativos y maíz.



Por lo tanto, las experiencias como concepto de servicio están orientadas a generar vivencias, sean estas una experiencia que alguien vive y de alguna manera entra a formar parte de su carácter, estilo conductual y que contribuyen a formar la personalidad del sujeto.

En el país existen diversos lugares donde aprovechan el agave con fines turísticos como la Ruta del Mezcal en Oaxaca, La ruta del Tequila en Jalisco o la Ruta de la Bacanora en Sonora, en el estado de Tlaxcala de igual forma desde hace más de 15 años de ofrecen recorridos a haciendas pulqueras pero al final del día tanto a nivel nacional y estatal el aprovechar el agave y el turismo no tienen valor transformativo.

Por lo tanto, lo que busca el agaveturismo es usar el poder del turismo para regenerar para evolucionar, no se trata de desarrollar los productos, servicios o destinos turísticos y lo que ofrecen en este caso se trata de establecer cuál es el poder del agaveturismo, para implicar a los visitantes y renovar su cosmovisión mediante las tres relaciones que reconecten al ser humano consigo mismo con el otro y la naturaleza.

Por eso con el Flow map descubrimos las puestas en valor que son las siguientes cosas que son las que probablemente trascienden.

1 Carácter sostenible integra y mantiene el equilibrio propio de la sostenibilidad turística en el producto o servicio de la Agaveturismo.

2 Proyección vivencial identificar los momentos en que se puede generar un vínculo entre las personas y los recuerdos, como por ejemplo en el taller metepantle y así cada vez que el turista que hizo agaveturismo y vea un agave en una pintura, película, en el campo, o donde sea, se va a generar esa dimensión y conexión.

3 Aprendizaje, para el cambio, tengo que construir una narrativa que le responda a la pregunta que yo mismo estoy provocando la conducción para que el turista por sí mismo lo descubra le doy una lupa y combinar la aplicación de los fundamentos de la psicología y la pedagogía para responder a las necesidades existentes en el visitante le damos una palita, una lupa que sientan la tierra que se haga la cepa que vean los microorganismos. Los nutrientes que van a la raíces del Maguey.

4 Interacción, integrar dinámicas que faciliten un intercambio social o sensorial y la aplicación de una inteligencia colectiva. Los turistas que participan de esa dinámica. Construyan el cambio de cosmovisión del viajero debe emerger como una convicción. Consecuencia de recibir una experiencia vigorizante de conexión, tranquilidad, disfrute. Silencio, paz interna y sonrisa compartida, etc.

A continuación muestro la secuencia I, II y III de los pasos para la creación de una vivencia transformativa de acuerdo a la herramienta Flow Map de Carlos Briceño y Martin Araneda de la Iniciativa Glogal de Turismo Regenerativo el paso IV ocupamos la herramienta del Dr Jose Cantero Momentos de Verdad y el paso V y VI se mostrarán como un todo en el Cuadro N°1: Evolución a vivencia transformativa con Flow Map.

I. EL SENTIR DEL LUGAR Tabla de Levantamiento: BIOGRAFÍA DEL LUGAR		OBSERVACIONES	SENTIDO DEL LUGAR
IDENTIDAD  FUEGO	SABIDURÍA DEL LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> Resistencia de los espacios naturales a la actividad humana. 	<ul style="list-style-type: none"> Resiliencia a la invasión, a los grupos cerveceros, monocultivo, incendios.
	VALORES	<ul style="list-style-type: none"> Esfuerzo, justicia, honestidad, paciencia, sabuduría 	
	CREENCIAS Y RELATOS	<ul style="list-style-type: none"> Paso del pescado de moctezuma, paso del poeta Nezahualcoyotl. 	
RELACIONES  AIRE	ARTE	<ul style="list-style-type: none"> Arquitectura vernacula (ranchos, haciendas, fotografia de paisaje bosque-agave, fiesta de la virgen de Guadalupe, barro. 	<ul style="list-style-type: none"> El viento nos trae las nuebes polinización de semillas y el agua. Por lo tanto nos da maguey productos de campo para avender o comer y vivir
	ECONOMÍA	<ul style="list-style-type: none"> Ruta comercial de tiempos angtuos, después en el periodo de haciendas con la producción de Agave y sus derivados como pulque, después cebada. Ahora agricultura convencional 	
	ASENTAMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> Paso de grupos nómadas y parte del corredor Teotihuacán y acolhua desde el 800 antes de cristo hasta 1521. paso del la ruta de arribo a Tenochtitlan, arqueología gastronómica. 	
PROCESOS  AGUA	FAUNA	<ul style="list-style-type: none"> Tres especies de Luciérnagas, aves, anfibios, conejos, serpientes, coyote... 	<ul style="list-style-type: none"> Bosque de agua culto a Tlaloc.
	FLORA	<ul style="list-style-type: none"> Plantas medicinales, plantas carnivoras. 	
	FUNGI	<ul style="list-style-type: none"> De junio a Octubre gran variedad de hongos comestibles. 	
RECURSOS  TIERRA	CLIMA	<ul style="list-style-type: none"> Dos estaciones muy marcadas secas con frío y lluvias con calor seco. 	<ul style="list-style-type: none"> Las montaña nos trae el agua .
	HIDROLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> Una fuente de agua en Atzompá. Que abastece a muchas comunidades. 	
	GEOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> Es el espólón de la sierra nevada. 	

Cuadro N°2 Sentido del Lugar.

II. PROPUESTA DE VALOR - Tabla de análisis: SÍNTESIS DE LA PROPUESTA DE VALOR			
	SENTIDO DEL LUGAR	POTENCIAL DEL PROYECTO	PROPUESTA DE VALOR
IDENTIDAD  FUEGO	<ul style="list-style-type: none"> Resiliencia a la invasión, a los grupos cerveceros, monocultivo, incendios, huachicol. 	<ul style="list-style-type: none"> Existen mejores condiciones de vida con aprovechamiento responsable de los recursos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Conservación de sistemas tradicionales de producción alimentaria y proporción de beneficios ambientales.
RELACIONES  AIRE	<ul style="list-style-type: none"> El viento nos trae las nuebes polinización de semillas y el agua . Por lo tanto nos da maguey productos de campo para vender, comer y vivir. 	<ul style="list-style-type: none"> Antiguos caminos de comercio, antiguas vías del ferrocarril. Cascos de haciendas y los últimos tinacales del mundo para su producción , artesanías de madera, ver el respirar del bosque por medio de la observación de luciérnagas 	<ul style="list-style-type: none"> Interculturalidad el viento nos lleva y nos trae.
PROCESOS  AGUA	<ul style="list-style-type: none"> Bosque de agua culto a Tlaloc. 	<ul style="list-style-type: none"> Luciérnagas, magueyes, hongos y plantas medicinales y su su ralación con los otros elementos. 	<ul style="list-style-type: none"> Concientizar que somos agua.
RECURSOS  TIERRA	<ul style="list-style-type: none"> Las montaña nos trae el agua . 	<ul style="list-style-type: none"> Bosque de agua, paisaje agavero, cerros y montañas . 	<ul style="list-style-type: none"> Regeneración del sistema metepantle.

Cuadro N°3 Coherencia Experiencial.

III. COHERENCIA EXPERIENCIAL - Tabla de Diseño: AMT

<p>Intención de la experiencia ¿Qué intentamos lograr en el Viajero? ¿Cuáles son los valores y la épica?</p>	<ul style="list-style-type: none"> En la experimentación saber que somos agua y la importancia del oxígeno, comprender que lo que están viviendo tenga un sentido profundo y por lo tanto que impliquen un cambio en el viajero. Autenticidad, ser participantes activos. Sensibilizar la resistencia de la comunidad en los aspectos de índole social, cultural y ambiental, y tener un sentido profundo, que les den una ampliación emocional y una oportunidad para reinventarse a si mismos y al mundo, dejar el lugar mejor de cómo lo encontramos, la valorización del compostaje y su aplicación a los productos alimenticios y la revalorización del sistema metepante y su importancia para la pervivencia de la biodiversidad y agrobiodiversidad.
<p>Emociones y sensaciones ¿Qué quiero hacer sentir al visitante ¿Qué atmósfera creamos y qué sentidos despertaremos en la experiencia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Respeto a la naturaleza, seguridad en espacios rurales donde se tiene la idea es utilizar el poder transformador del turismo, para darle al viajero una ventana de oportunidad, para reconectar consigo mismo, con el lugar que visita y con su gente desde de un punto de vista holístico. Que no solo aprenda de esas cosas funcionales que es el parte conocimientos causal para usar esos elementos y llevarlos al ámbito del conocimiento fluctuar que es en donde se encierra la vivencia transformativa. (Mario Socratelli) Mostrar que existen mejores condiciones de vida en espacios rurales debido a la producción de alimentos y su consumo aunado al vivir dentro de un bosque en compañía de la luciérnaga y otros seres del monte. Paisaje sonoro, bienestar, contemplación.
<p>Actividades y sentidos ¿Qué elementos claves necesitamos? ¿Cómo están acondicionados el lugar o el momento? ¿Qué actividades hago?</p>	<ul style="list-style-type: none"> En traslado un poco de interpretación del paisaje y conexión con una mazorca de maíz (Tlaxcala lugar de tortilla de maíz) una luciérnaga de titero, un medico tradicional de titero una aguilá de titero, un micro maguey con penca. Sombrero para sol impermeables. En tinacal espacio de recreación, binoculares, jicaras, xomas para degustación de bebidas ancestrales. taller adopta un maguey con tu nombre. Caminata ligera, degustacion de cocina rural, leyenda maya el el viajero hace su tortilla o tlacoyo y curados
<p>Materialidad y estética ¿Qué elementos claves necesitamos? ¿Cómo están acondicionados el lugar o el momento?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Camionetas tematisadas, una palapa con técnicas de construcción local, baños secos de adobe con techo de penca de maguey, unas rayuelas (juego tradicional). Adornar la cocinita tradicional con maices, artesanías y elementos, un compostero, mas palas, un mapa de aquí estoy, señáletica, un mural artístico comunitarios donde se muestre el sense of place, guía de especies de aves, binoculares

Cuadro N°4 Momentos de la Verdad de José Cantero.



Figura N°17: Evolución a vivencia transformativa con Flow Map

Fuente: creación propia



El Agaveturismo abarca todas las categorías en los procesos de diversificación antes mencionados ya que podemos mencionar que la diversidad biológica en el agaveturismo aplica porque la CONABIO reporta cerca de 200 especies de *Agave*, todas americanas; poco más de la mitad se encuentra exclusivamente en México. La riqueza del género *Agave* en nuestro país se debe a que este linaje surgió hace unos 8 millones de años en los territorios del Altiplano Mexicano. De este centro de origen sus especies se diversificaron y ampliaron su distribución gracias a su metabolismo, a la conservación de azúcares, fibras y agua, permitiéndoles resistir condiciones de sequía y a las interacciones que establecen con sus polinizadores. (CONABIO, 2024)

Por lo que para Tlaxcala en conferencia magistral Antonio Rodríguez Pelcastre del banco de germoplasma Metoctli comenta que para Tlaxcala contamos con más de 10 variedades de raza gigante de maguey pulquero aunado a la diversidad biológica que conviven con el sistema metepantle como: plantas medicinales, hongos, árboles frutales, y ahí viven insectos, serpientes, conejos, roedores, aves entre otras especies del mundo animal y vegetal. Especialmente

para nuestro caso de estudio nuestro informante Víctor Bastida Rodríguez menciona que en el Rancho del Don Alfredo del rancho del Chulo existen 5 variedades de agaves de raza gigante llamados: Ayoteco, Manzo, Pua Larga, Chalqueño y Colorado por lo tanto podemos decir que existe una herencia de biodiversidad genética y en cuanto a la diversidad lingüística e Agave es un nombre en castellano, pero cada grupo originario del país lo conoce con el nombre de su propia lengua. Para Tlaxcala en Lengua Náhuatl el agave es conocido como Metl y en la otra lengua que tenemos en Tlaxcala que es la Yuhmu se le conoce como 'wada. De igual muchas actividades que intervienen dentro del ciclo biocultural de la planta desde sembrarla hasta preparar alimentos con derivados de la planta del agave se conocen en lenguas nativas a continuación enlistare algunas que he aprendido en mis prácticas de campo

- Cozmetl: Magey amarillo endémico de la montaña.
- Ayoteco: maguey que hace referencia a que raíz se parece a una tortuga.
- Metzal: asiento del pulque que sirve como levadura para hacer pan.
- Mixiote: del náhuatl metl, que significa maguey, y xiotl, membrana de la penca.
- Mayahuel: la diosa del agave.
- Enguixar: irritación de la piel por el líquido del maguey.
- Quiote: tallo comestible de la planta que se come.
- Chinocuil: gusano de agave que se come.
- Ixtle: fibra de maguey.
- Yollometl: corazón de maguey se come.

Los prestadores de servicios de la red agaveturismo cuentan en sus terrenos con el sistema de agave que incluye variedades de cultivos como el sistema milpa mezclado con el metepantle, o el metepantle asociado a frutales, el metepantle con haba, e incluso en algunos casos con horticultura.

Para el último tema del paisajismo la UNESCO tiene un patrimonio denominado Paisaje Agaves y antiguas instalaciones industriales de tequila siendo este un producto de turismo masivo convencional. En la zona estudio existen paisajes

agaveros de gran importancia en Nanacamilpa, Calpulalpan, Españita Ixtacuitla, con paralelismo en el paisaje agavero por ejemplo:

Ellos tienen tequila nosotros tenemos pulque, ellos tienen antiguas instalaciones industriales, nosotros tenemos ex haciendas vivas de producción de pulque, ellos tienen un agave azul de raza pequeña, nosotros tenemos en el área de estudio 5 especies de raza gigante, ellos tienen destilerías, nosotros tenemos ticales que son los centros de producción del pulque, cuentan con vestigios arqueológicos y nosotros contamos con zonas arqueológicas pero el gran diferenciador del producto será que agaveturismo servirá como estrategia de regeneración biocultural y daremos un salto del turismo convencional a la planificación del desarrollo regenerativo aplicado al turismo rural.

CAPITULO V

5. Propuesta de curso de capacitación

Hace algunos años las empresas turísticas ofrecían servicios estandarizados con el objetivo de vender de forma masiva. Debido al compromiso del turismo con la sostenibilidad, hoy en día las cosas son diferentes. Ahora vamos a vender vivencias tranformativas debido a que los turistas ya no quieren consumir paquetes estandarizados ni masificados. Los viajeros actuales quieren experimentar situaciones únicas, cargadas de emociones positivas y sobre todo adaptadas a sus intereses. Por esa razón, en lugar de ofrecer servicios estandarizados, el turismo actualmente ofrece experiencias y vivencias tranformativas. Las empresas que no diseñan correctamente estos procesos son menos competitivos, por esa razón se presenta la propuesta del curso-taller para brindar a las personas y los fundamentos, las técnicas y las herramientas para avanzar con certeza en el diseño y creación de vivencias tranformativas asociadas al patrimonio biocultural en torno al agave que a continuación que comparte el temario.

5.1 Temario

1. Construyendo los cimientos para una Vivencia turística biocultural.
 - 1.1. Turismo Convencional vs Turismo Alternativo.
 - 1.2. Equidad de Género en el Turismo.
 - 1.3. ¿Qué es el patrimonio biocultural?
 - 1.4. ¿Qué es una experiencia turística y por qué es importante?
 - 1.5. Un ejemplo de experiencia turística asociada a la medicina tradicional y el agave.
 - 1.6. ¿Qué aspectos se deben controlar en el diseño de una vivencia transformativa?
 - 1.7. Artilugio Turismo Comunitario.
 - 1.8. ¿Qué es desarrollo regenerativo? y su aplicación: caso Monte Verde
 - 1.9. “Sense of place” y herramientas de desarrollo regenerativo.

- 1.10. Reto 1. Valorando que tan vivencial es mi oferta turística.
- 1.11. Reto 2. Aplicación de lo aprendido para reforzar los cimientos experienciales de mi oferta turística y transitar a una vivencia regenerativa.

2. Construcción de marca a través de la identidad

- 2.1 ¿Qué es identidad?
- 2.2 ¿Qué es identidad corporativa?
- 2.3 Reto 3. Definición grupal de la misión, visión y valores de la organización.
- 2.3 En mercadotecnia, ¿qué es una marca?
- 2.4 ¿Cómo se construye el naim, claim y tagline?
- 2.5 Beneficios funcionales, simbólicos y vivenciales.
 - 2.5.1 Psicología del color.
 - 2.5.2 Diferencias entre logotipo, isotipo, imagotipo e isologo.
- 2.6 Ejemplos de marcas construidas a través de la identidad.
- 2.7 Promover marcas regenerativas.
 - 2.7.1 Uso adecuado de redes sociales.
 - 2.7.2 Diseño puesta de Valor.
 - 2.7.3 “Deep ecology”.
- 2.8 “Storytelling” y el viaje del héroe.
- 2.9 Reto 4. Construcción grupal de marca (imagen). Elección de elementos identitarios en la imagen de la marca.
- 2.10 Presentación de propuestas (imágenes a color y en negativo).

3. Fortaleciendo la experiencia turística a través de la interpretar al patrimonio.

- 3.1. ¿Qué relación tiene la interacción con el patrimonio con el diseño de vivencias transformativas?
- 3.2. ¿Cuáles son las claves para planear una interacción del patrimonio que agregue valor a tu vivencia transformativa?
- 3.3. Reto 5. Valorando que tan vivencial es mi oferta turística.

3.4. Reto 6. Aplicación de lo aprendido para reforzar la interacción del patrimonio biocultural y fortalecer la experiencia turística.

4. Integración y aplicación de saberes

4.1. Reto 7. Diseño de una nueva vivencia transformativa biocultural.

4.2. Reto 8. Diseño de preguntas para después generar un discurso interpretativo para fortalecer la vivencia.

4.3. Reto 9. Ensayo y validación de la vivencia diseñada.

4.4. Reto 10. Entrega de "Manual de Identidad Corporativa" .

Cronograma

Tema	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
1. Construyendo los cimientos para una vivencia transformativa biocultural							
2. Construcción de marca a través de la identidad							
3. Fortalecimiento de la vivencia transformativa a través de la interacción con del patrimonio							
4. Integración y aplicación de saberes							

OBJETIVO

Aplicar conceptos, técnicas y herramientas para diseñar vivencias transformativas con un enfoque regenerativo que les permita aprovechar el patrimonio biocultural del espacio turístico, con la finalidad de potencializar, diferenciar y diversificar la oferta de producto turístico en el area de influencia de la región donde se oculta el sol.

OBJETIVOS PARTICULARES

De conocimiento: al término del curso, las personas participantes contarán con un catálogo de conceptos, técnicas y casos de estudio, que les servirán como referente para orientar ideas y acciones que permitan avanzar en la construcción de un turismo valioso en la era pos-COVID con base en el enfoque biocultural-regenerativo

De habilidades: al término del curso, las personas participantes habrán realizado ejercicios para avanzar en la orientación de ideas y acciones que les permitan avanzar en la construcción de un turismo valioso en la era pos- COVID con base en el enfoque biocultural-regenerativo

De actitud: al término del curso, las personas participantes habrán valorado las ventajas y oportunidades asociadas con la meta de construir un turismo valioso en la era pos-COVID basado en el enfoque biocultural-regenerativo.

PERFIL DEL PARTICIPANTE

- Prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, campings y cabañas, guías de turistas, productores locales, artesanos, agentes culturales etc).
- Directores, gerentes, personal de servicio y contacto. (back desk y front desk)
- Operación con productores del campo, educación ambiental, permacultura, bioconstrucción, arte popular etc.
- Turismo naranja, aplicación de elementos biodinámicos al turismo, turismo alternativo, etc.
- Interés en prácticas rurales, biocultura, conservación de biodiversidad y agrobiodiversidad, su relación con el turismo y la generación de ingresos complementarios
- Interés en conocer las bases para un turismo regenerativo.
- Generar economía de experiencias.
- Reconocimiento de la identidad del lugar del espacio turístico.

MODELO PEDAGÓGICO:

Lo más importante en un proceso de capacitación son las personas, no los temarios. Por esa razón empleamos una mezcla de herramientas pedagógicas fundamentada

en la pedagogía del sujeto de la digna rabia y la practica rural indigena en red, por lo tanto nos permite: 1) reconocer tus necesidades para adaptar los contenidos, 2) involucrarte en el proceso para que sea vivencial y lo disfrutes, y 3) poner a prueba y valorar junto contigo la utilidad de la información y las competencias adquiridas.

CAPÍTULO VI

6 PLATAFORMA

Las plataforma digital “Agaveturismo“ ofrecen acceso a los consumidores y permite a los proveedores de servicios turísticos mejorar el desarrollo del sector turístico y sus estándares de competitividad de venta gracias a esta plataforma que su función será la de un portal de turismo rural de destino, esta para dar entrada a la información y los servicios de reserva del destino-territorio. Estan concebidos como una web integral de servicios al turista que quiere visitar un destino rural y tener un acercamiento con el agave en sus multiples vivencias, de igual forma facilita el acceso a las redes de los participantes de agaveturismo y a sus web personales. Facilita acceso a otras webs turísticas del destino y permite que el visitante pueda realizar todas las transacciones necesarias para gozar de vivencias transformativas en el lugar deseado.

Para hacer el producto Agaveturismo, hemos visitado a todos los emprendimientos, dialogamos con ellos y estan pendientes de participar en esta red por lo que nos brinadron información y material fotográfico para esta investigación, la clasificamos y será la información principal dentro de la plataforma ya que son las empresas que evolucionaran a vender vivencias transformativas en torno el conocimiento de una planta ancestral que es el agave. En el Anexo 6 se cargo la información de cocineras tradicionales, guias, haciendas, ranchos, artesanos,

productores que son la base fundamental del producto Agaveturismo que estara dentro de la plataforma de comercialización.

La potencialidad de esta Plataforma demanda trabajar de forma incluyente y participativa para asegurar que el turismo se convierta en un instrumento de renovación de lazos colaborativos y de regeneración de espacios dotados de importante activos patrimoniales como el Bosque del Espolón en la Sierra Nevada, los paisajes magueyeros, sitios arqueológicos, museos, templos religiosos y espacios dotados de tradiciones alimentarias arraigadas en el patrimonio biocultural. Por lo que se será obligación de los participantes de la red estar creando contenido en los perfiles de los emprendimientos participantes.

La co-creación de iniciativas turísticas que complementen la oferta existente permitirá hacer de este espacio turístico un centro de distribución local desde el cual los turistas incursionarían a otros espacios en busca de experiencias complementarias y proveedoras de mayor intensidad y fuerza en el viaje. Con ello se proyecta alargar la estadía en el estado de Tlaxcala. A continuación muestro un ejemplo del contenido de la Plataforma para la comercialización ver anexo 6.

CONCLUSIONES

Desarrollar el Agaveturismo como producto turístico y estrategia de regeneración biocultural en torno a la planta del agave y que permita aumentar la estancia promedio de turistas en Tlaxcala-México es posible gracias a las herramientas de desarrollo regenerativo aplicado al turismo enfocadas en la

creación de vivencias transformativas que cambie la vida de los usuarios de este producto turístico dado la importancia de la planta para los seres humanos

Diseñar experiencias transformativas bajo el contexto biocultural del sistema metepantle para el refuerzo de la identidad de los actores locales es todo un reto debido a las falsas creencias que nos imponen desde la niñez, pero los mecanismos de reforzar la identidad cultural para posteriormente aprovechar el territorio y regenerar el turismo por medio del conocimiento que se tiene de la planta del agave, esto permitirá generar ingresos complementarios a sus actividades cotidianas de la vida de campo, generar procesos de restauración ecológica en torno a la planta del agave, volver a unir familias y disminuir la migración siendo incluyentes, permitirá el desarrollo de culturas regenerativas y se recuperará la cosmovisión de la planta del agave en este diseño de vivencias transformativas

Desarrollar capacitaciones para los actores locales en temas de turismo bajo enfoque regenerativo para la creación de la primera red de agaveturismo en el mundo es posible gracias a la organización de los actores locales y a la gestión creativa para lograr este proceso. Se convocará a los participantes a que asistan al curso taller para su profesionalización y transitar a las prácticas regenerativas.

Elaborar una propuesta de plataforma digital del producto turístico del agaveturismo para su comercialización en la cual se refuerce la identidad biocultural de los actores locales y permita el aumento de la estancia promedio de turistas será el mayor logro para poder tener ventas y generar desplazamiento de las personas fuera de lugar de origen para conocer el agaveturismo en Tlaxcala y aumentar la pernocta. El agaveturismo se puede aplicar en las otras cuatro regiones turísticas de Tlaxcala y en más de 20 estados del País para beneficiar las comunidades locales y regenerar los aspectos bioculturales del Agave.

BIBLIOGRAFIA

- Arqueología Mexicana. (2016). El mito del origen del maguey
<https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/el-mito-del-origen-del-maguey>
- Avendaño, J. C. (2024, febrero 21). Llegaron a Tlaxcala más de 352 mil turistas en 2023, reportó Secture. La Jornada de Oriente.
<https://www.lajornadadeoriente.com.mx/tlaxcala/llegaron-a-tlaxcala-mas-de-352-mil-turistas-en-2023-reporto-secture/>
- Casarotto, C. (2021, marzo 4). Brand Storytelling: qué es, ejemplos y cómo ponerlo en práctica. Rock Content - ES; Rock Content.
<https://rockcontent.com/es/blog/brand-storytelling/>
- CONABIO. (2023). Magueyes. Biodiversidad Mexicana. Recuperado el 8 de abril de 2024, de
<https://www.biodiversidad.gob.mx/diversidad/alimentos/magueyes>
- Ejecutivo, M. (2023, octubre 17). Turismo en Tlaxcala: Retos y Logros en el 2023. Mundo ejecutivo. <https://mundoejecutivopuebla.com/turismo-en-tlaxcala-retos-y-logros-en-el-2023/>
- Goerner, Sally (2015). Desarrollo regenerativo: el arte y la ciencia de crear redes humanas duraderas y vibrantes.
<https://bsahely.com/2017/01/20/regenerative-development-the-art-and-science-of-creating-durably-vibrant-human-networks-by-dr-sally-goerner/>
- Martinez, M. (2021, septiembre 2). El maguey pulquero, ¿en peligro de extinción? Culinaria Mexicana. <https://www.culinariamexicana.com.mx/maguey-pulquero/>
- Maturana, Humberto (2017). Video en vivo en Facebook, fanpage Matríztica.
<https://www.facebook.com/Matriztica/videos/10155078240106516/>
- Muñetón, K. (2023, septiembre 21). Reportan cupo lleno los hoteles céntricos en Tlaxcala. El Sol de Tlaxcala | Noticias Locales, Policiacas, sobre México, Tlaxcala y el Mundo. <https://www.elsoldetlaxcala.com.mx/local/reportan-cupo-lleno-los-hoteles-centricos-en-tlaxcala-10725918.html>

Pine, J., Gilmore, J. (2011), La economía de la experiencia (edición actualizada).

Prensa de la Escuela de Negocios de Harvard , Boston, MA.

Regenesis Group (2015). Las jerarquías invisibles del mundo viviente.

<https://regenesisgroup.com/the-invisible-hierarchies-of-the-living-world/>

Roland, Ethan y Landua, Gregory (2013). Empresa regenerativa.

<https://books.google.cl/books?id=RrVGDgAAQBAJ&lpg=PT35&ots=ylyfeGKAUF&dq=empresa%20regenerativa&pg=PP1#v=onepage&q=empresa%20regenerativa&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

Nombre y apellidos: Armando Vázquez Morales

Lugar de residencia: Tlaxcala-México

Institución: Secretaria de Turismo del Estado de Tlaxcala Cargo / puesto: Jefe del Departamento de Promoción Turística

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: 31 de octubre del 2023	Nombre del proyecto: Agaveturismo como estrategia de regeneración biocultural en Tlaxcala-México
Fecha de inicio del proyecto: 1 febrero 2023	Fecha tentativa de finalización: 15 febrero del 2024
Tipo de PFG: Tesina	
Objetivos del proyecto: Desarrollar el Agaveturismo como producto turístico y estrategia de regeneración biocultural en torno a la planta del agave y que permita aumentar la estancia promedio de turistas en Tlaxcala-México.	
Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar experiencias transformativas bajo el contexto biocultural del sistema metepantle para el refuerzo de la identidad de los actores locales • Desarrollar capacitaciones para los actores locales en temas de turismo bajo enfoque regenerativo para la creación de la primera red de agaveturismo en el mundo. • Elaborar una propuesta de plataforma digital del producto turístico del agaveturismo para su comercialización en la cual se refuerce la identidad biocultural de los actores locales y permita el aumento de la estancia promedio de turistas. 	
Descripción del producto: En el estado de Tlaxcala seguimos empantanados en las 1.6 noches por la falta de crear y diversificar el producto turístico, a pesar de contar con tanta historia, sitios arqueológicos de gran relevancia, patrimonio arquitectónico con iglesias y haciendas, la gastronomía entres otros múltiples patrimonios para poder generar desplazamiento de personas a conocer la cultura de Tlaxcala, pero ante todo estoy no hemos logrado despegar. Tlaxcala ocupa el segundo lugar en producción de agave pulquero en el país ya que se tiene un fuerte arraigo en los pueblos a degustar la bebida tradicional del pulque.	

En la actualidad existe una relación de personas que gustan de la cultura del agave y que se integran a cadenas de turismo rural y cultural, mientras que la región cuenta con diversa oferta de emprendimientos que pudieran integrarse a una cadena de valor para generar un producto gastronómico o de turismo rural tales como:

Tlachiqueros, Cocineras tradicionales, Chef, Restauranteros, Hoteleros, Hacendados, Artistas, guías, Artesanos, productores, mezcaleros y todos los emprendimientos que en su producto o servicios exista un cruce entre agave y turismo.

Todos los cueles pudieran ser conducidos, fortalecido y capacitado para integrarse en el desarrollo del producto agave turismo.

Si logramos organizar a todas estas personas, integrarlas profesionalmente a la cadena de valor, pueden generar ingresos complementarias a su vida cotidiana de campo y al mismo tiempo regenerar el contexto biocultural entorno a la planta del agave en comunidades tlaxcaltecas.

¿Necesidad del proyecto:

Atraer turismo para aumentar la estadía promedio del visitante a Tlaxcala, mediante experiencias, itinerarios gastroturísticos, comidas experienciales, festivales como parte de la oferta del producto agaveturismo

Justificación de impacto del proyecto:

Uno de los principales beneficios es generar ingresos complementarias a las actividades cotidianas de los productores, prestador de servicios turísticos, agentes culturales y demás personas que intervengan dentro de la Red Turismo con principios de economía solidaria incluyente y que busque un beneficio equitativo del bien común sobre el bien particular en cuanto a lo ambiental regenerar los ecosistemas degradados del sistema Metepantle y su biodiversidad en cuanto a lo social poner en valor el trabajo de las mujeres cocineras y cuidadoras de agaves en sociedades inclusiva, participativas, activas y equitativas en cuanto a lo cultural salvaguarda de la diversidad cultural en torno al contexto de la Agave y sus aspectos bioculturales, como leyendas, tradición oral, mitos, rituales de origen, en cuanto a lo espiritual reinventar los valores, la ética transitar a culturas regenerativas, cuanto a lo político una gobernanza participativa con ética.

Restricciones:

- - No es reconocido el concepto agaveturismo.
- - Falta de investigaciones previas sobre el tema
- - El financiamiento
- - Hay agaves en peligro de extinción.

Entregables:

Documento final con la propuesta totalmente estructurada:

- Perfil del operador turístico con planes de viajes y productos - Plan de mercadeo
- Análisis financiero
- Fuentes de financiamiento
- Plan de alianzas estratégicas

Identificación de grupos de interés: a) Beneficiarios del proyecto

- - Comunidades campesinas, indígenas y que están desarrollando propuestas de turismo comunitario vinculadas a la operación turística.

<ul style="list-style-type: none"> • - Hoteles • - Restaurantes que trabajan en vínculo con comunidades y tienen una propuesta de recuperación de la gastronomía tradicional. • - Proyectos que tengan relación con agave como producción de derivados • - Empresas de transporte nacional • - Prestadores de servicios turísticos locales • - Turistas nacionales y extranjeros 	
<p>b) Beneficiarios indirectos. Agencias extranjeras de publicidad y promoción</p>	
<p>Aprobado por (Tutor): Mario A. Socatelli</p>	<p>Firma:</p> 
<p>Estudiante: Armando Vázquez Morales</p>	<p>Firma:</p> 

Anexo 2. FODA

FODA: Fuerzas

1. Productos endémicos y/o estratégicos más representativos del Estado según las comunidades y prestadores de servicios en los destinos seleccionados:
 - Maíz
 - Maguey
 - Amaranto
 - Haba
 - Trigo
 - Hongos y Setas
 - Quesos...
2. Buena conectividad de carreteras entre destinos del estado.
3. La población del espacio turístico seleccionado tienen calidez y hospitalidad.
4. La comunidad reconoce recibir beneficios económicos con la presencia del visitante.
5. Voluntad de un reducido número de prestadores de servicios para el desarrollo del producto gastronómico y turístico en el estado de Tlaxcala El cual está integrando a la cadena de valor alimentaria y turística. De igual modo existe una alianza de jóvenes cocineros que están trabajando diversas propuestas con ingredientes e insumos del Estado y el consejo gastronómico

FODA: Fuerzas

6. Atractivo paisajismo territorial en carreteras y destinos de naturaleza-ecoturísticos Maguey: Patrimonio histórico cultural material e inmaterial de Tlaxcala, México y el mundo!
7. Cuenta con 3 Pueblos Mágicos: Huamantla, Tlaxco e Ixtenco
8. Hay más de 10 cocineras tradicionales documentadas.
9. El Estado ofrece conceptos auténticos y emblemáticos de comida tlaxcalteca regional y tradicional para diversos niveles socioeconómicos.
10. Existe posicionamiento de cocina tradicional en Nanamilpa Calpulalpan y Españita.
11. Muy buen posicionamiento de mercados tradicionales Nanacamilpa y Calpulalpan
12. Buen estado general de fachadas y letreros de establecimientos gastronómicos visitados.

FODA: Fuerzas

13. Cuenta con dos restaurantes destino representativo El Tequexquite del chef Aandy Salazar y Casa Tlalli del Chef Lázaro Omar
14. Dulce típico más representativo de la región es el merengue de Ixtacuixtla”.
15. Artesanos que elaboran barro
16. Aprovechamiento de residuos de maguey en artesanías (Joyería artesanal).
17. El pulque como bebida más representativa del Estado.
18. Innovación de productos con ingredientes locales.
19. Voluntad política para el desarrollo de productos gastronómicos y turísticos en Tlaxcala.

FODA: Debilidades

1. Los productos endémicos y/o emblemáticos que se producen en el Estado no son la base de la canasta básica de los grupos sociales más vulnerables (Derivados del Maguey).
2. No hay estudios de factibilidad y rentabilidad para crear los negocios gastronómicos.
3. Falta consolidar platillos tradicionales emblemáticos regionales y del Estado.
4. Falta de competitividad y profesionalización de negocios gastronómicos ya que la mayoría no cuentan con estructura administrativa (Misión, visión, filosofía, valores, organigramas, manual de operaciones con procesos y controles, logotipo, slogan), además que sus decisiones no son apoyadas en la contabilidad financiera debido a que no cuentan con ella.
5. La mayoría de los establecimientos que operan en la actualidad no cuentan con una marca registrada o logotipo en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), ni dominio propio para su página web
6. En general los establecimientos no cuentan con botiquín de primeros auxilios o medidas preventivas que avalen la seguridad sanitaria y física de los trabajadores y visitantes.
7. Ausencia de infraestructura y menús con Sistema Braille para discapacitados, personas de la tercera edad y niños.

FODA: Debilidades

8. Falta vocación, capacitación y por ende, profesionalización de los involucrados en el servicio al cliente del sector gastronómico y turístico.
9. No existen instrumentos que midan el servicio (encuestas de satisfacción al cliente) y calidad de productos gastronómicos y turísticos (encuestas de salida destino y/o indicadores gastronómicos y turísticos cuantitativos y cualitativos).
10. Falta de estudio de factibilidad y rentabilidad para crear los negocios gastronómicos.
11. Falta plan de mercadotecnia (publicidad, promoción) con estrategias de comercialización y ventas (impresas y digitales) por parte de los prestadores de servicios e integración de los esfuerzos del sector privado y el gobierno a nivel municipal, estatal y federal.
12. Falta de difusión de establecimientos que cuenten con certificaciones y/o distintivos vigentes (distintivo "H", "M" y Punto Limpio), en los medios de comunicación turísticos del estado y la federación, con un apartado sobresaliente en la portada y/o página principal.
13. Falta de Restaurantes con mayor competitividad y nivel gastronómico que ofrezcan diversos conceptos de cocina (Alta cocina, contemporánea, moderna, nutritiva y funcional...).

116

FODA: Debilidades

14. Los prestadores de servicio no tienen como una acción prioritaria certificaciones y distintivos para su competitividad.
15. Falta de instalaciones, rampas de acceso y equipamiento para discapacitados.
16. Falta seguridad e instalaciones para impartir talleres gastronómicos a grupos máximo de 10 personas.
17. Algunos atractivos y destinos turísticos operan sólo algunos días de la semana (viernes, sábado y domingo) y por temporalidad con un crecimiento desordenado e impactos negativos para la comunidad receptora (Nanacamilpa).
18. Falta de instalaciones de baños públicos y ecológicos en zonas de atractivos turísticos importantes, así como crear conciencia entre habitantes y visitantes de mantener limpios los destinos urbanos y rurales.
19. No existe un *cluster* que integre a grupos de interés (*stakeholders*) de la cadena de valor alimentaria y turística que pueda ser interlocutor ante autoridades, otros organismos y que sea abanderado por la sector

FODA: Debilidades

20. Ausencia de paquetes turísticos y gastronómicos que fomenten que el visitante pernocte en la región (Nanacamilpa).
21. Recocer que en la región puede salir otro pueblo mágico.
22. Falta de uniformidad en módulos de información gastronómica y turística así como en la operatividad de los mismos (horarios y días de operación).
23. Ambulantaje y comercio informal en destinos turísticos y pueblos mágicos (1er cuadro).
24. Debido a la falta de competitividad y profesionales de servicio y venta al cliente
25. No existe un plan con programas y proyectos a largo plazo para la preservación y salvaguarda de la gastronomía Tlaxcalteca.
26. No se perciben cocineras tradicionales emblemáticas en la oferta gastronómica al visitante de la región.

118

FODA: Debilidades

27. Ausencia de una política gastronómica y turística a corto, mediano y largo plazo.
28. Estacionalidad (luciérnagas) por falta de diversificación del producto turístico del Estado.
29. Falta de posicionamiento en medios nacionales gastronómicos
30. Inseguridad por falta de alumbrado público en zonas turísticas.
31. Improvisación de guías no certificados (Ejemplo temporada de luciérnagas).
32. Insuficiente señalética y mala ubicación de letreros con nombres de destinos y distancia que orienten a los visitantes cuyo medio principal es el terrestre.
33. El Estado de Tlaxcala se encuentra en los últimos lugares de afluencia de visitantes de todo el país.

FODA: Amenazas

1. Falta la aplicación de la ley que proteja la planta del Maguey (Ley de Difusión, Fomento y Protección del Maguey; y sus derivados para el Estado de Tlaxcala) que es el principal patrimonio histórico, cultural y alimenticio del Estado de Tlaxcala.
2. La región poniente de Tlaxcala no es percibida por la comunidad como un destino gastronómico
3. Falta de formación vocacional a futuros egresados en gastronomía y turismo.
4. Influencia gastronómica de estados colindantes (Puebla, Hidalgo...) y transculturación gastronómica por cadenas internacionales de *fast food*.
5. Transculturación gastronómica al vender comida rápida y chatarra lo que da como consecuencias obesidad, diabetes entre otras enfermedades.
6. Pérdida de identidad y cultura gastronómica por parte de las nuevas generaciones.

122

FODA: Amenazas

7. Para el turismo de placer la gastronomía es muy importante, por insatisfacción pueden no solo no regresar al Estado, sino no recomendarlo e incluso hablar mal de él.
8. Por falta de competitividad y normatividad vigente pueden haber sanciones y posible cierre de negocios.
9. Algunos módulos de información turística se encuentran cerrados en días de alta afluencia turística, por lo que los visitantes no viven la experiencia al máximo por falta de orientación.
10. Infraestructura limitada (internet, señal de celular, agua potable, señalética...).
11. Crecimiento de vendedores ambulantes e informalidad de negocios (nano y micro negocios relacionados con la gastronomía).
12. Desconcierto: COEPRIS no se pone de acuerdo en la aplicación de la normatividad vigente.
13. Costos elevados de licencias de operación.
14. Falta de comunicación y orientación en trámites y permisos de parte del Gobierno estatal y municipal para la operación de establecimientos gastronómicos.

FODA: Amenazas

15. Operación de parquímetros sin normas claras por falta de comunicación de la normatividad al visitante de parte de la policía local, lo que puede ocasionar la inhibición de visitas.
16. Plagio involuntario de marcas, logotipos y páginas web a negocios ya posicionados.
17. La masificación de algunos destinos como "Nanacamilpa" puede traer deterioros irreversibles para la comunidad (impactos medioambientales por vibración de autos, polución, huachicol, incendios seguridad y contaminación acústica).
18. Falta de áreas naturales, parques, reservas, santuarios protegidos y normatividad.
19. Pérdida de competitividad y nombramiento de Pueblos Mágicos al no integrar los múltiples atractivos culturales, gastronómicos y turísticos que puedan ofrecer mayor estadía con pernocta, incrementar derrama económica, fuentes de trabajo y coadyuvar al desarrollo.

FODA: Oportunidades

1. En el Estado de Tlaxcala y la región falta diversificación del producto turístico por lo que con la creación de productos gastronómicos y turísticos, entre otros, debe mejorar su posicionamiento y competitividad a nivel nacional.
2. Creación de cadenas de valor productivas alimentarias y turísticas en la región.
3. Creación de identidad gastronómica y turística.
4. Solicitar al gobierno que los elementos de seguridad vial orienten a los visitantes acerca de la normatividad del municipio para evitar multas (Parquímetros).
5. Paisajismo: Integrar elementos representativos de la región en las principales vías de acceso para el visitante (magueyes, árboles frutales...).
6. Crear un recetario que estandarice recetas de los platillos más emblemáticos y estratégicos de la cocina regional-tradicional del Estado de Tlaxcala, con glosario de términos.
7. Establecimiento y fortalecimiento de microeconomías agroalimentarias regionales (acortar cadenas de distribución y comercio justo).
8. Evitar desperdicios de frutas, verduras... para convertirlos en conservas y otros productos de uso comestible, compostaje y/o energías renovables.

FODA: Oportunidades

9. Menús en buen estado con información nutricional, sección de especialidad con productos estratégicos de la región o el Estado, platillos para diabéticos, celíacos, tercera edad, niños y súper alimentos (derivados del maguey, amaranto...) adaptados al Sistema Braille.
10. Promover artesanías del Estado relacionadas con el fenómeno cultural de la cocina (joyería artesanal, decoración y aprovechamiento de residuos).
11. Módulos inteligentes de información gastronómica y turística automatizados, interactivos y divertidos en destinos turísticos del Estado.
12. Elaboración de un plan con programas y proyectos a corto, mediano y largo plazo, para dar seguimiento al reconocimiento de la gastronomía tlaxcalteca por el Congreso del Estado como patrimonio cultural inmaterial.
13. Elaborar un plan de trabajo para lograr que el Maguey sea reconocido como Patrimonio Cultural del Estado de Tlaxcala y como Patrimonio Cultural de la Humanidad ante la UNESCO.
14. Creación, gestión, operación, mercadotecnia y sostenibilidad del “Centro comunitario interpretativo y cultural del Maguey” que preserve, salvaguarde y rescate esta planta tan emblemática como patrimonio de Tlaxcala, México y el mundo.

FODA: Oportunidades

15. Crear productos gastronómicos y turísticos (tours, itinerarios, corredores, circuitos, rutas, destinos...) basados en los recursos y atractivos del patrimonio cultural gastronómico detectado en el estado, tales como: cultura del maguey, productos endémicos y/o emblemáticos (maíz, amaranto, habas, muéganos, quesos, pulque, pan...), mercados tradicionales, exposiciones culturales (Murales del Mtro. Desiderio Hernández Xochitiotzin), que incrementen el flujo de visitantes y pernocta en los destinos donde se encuentran estos recursos y atractivos.
16. Elaboración de paquetes gastronómicos y turísticos con duración mínima de 2 días, generando mayor derrama económica en las comunidades receptoras.
17. Operar de manera permanente un producto gastronómico y turístico de haciendas pulqueras del Estado de Tlaxcala.
18. Posicionar a “Nanacamilpa y Calpulalpan” como destino ecoturístico y gastronómico (agroturismo comunitario vivencial, senderismo...) con visitantes permanentes.
19. Creación de paradores gastronómicos y turísticos.
20. Desarrollar proyecto gastronómico y turístico de mercados tradicionales.

FODA: Oportunidades

21. Conformación de grupos o asociaciones de productores, artesanos y prestadores de servicios gastronómicos y turísticos locales.
22. Creación de *stakeholders* por grupos de interés (pan de pulque, quesos, productores demaguey...) en destinos turísticos.
23. Creación de un *cluster* turístico que se consolide con la creación e integración de otros *clusters* específicos, como debe ser el *cluster* gastronómico y turístico, por destinos prioritarios (Apizaco, Huamantla, Nanacamilpa, Tlaxcala y Tlaxco) y posteriormente un *cluster* gastronómico y turístico del Estado.
24. Empoderamiento y representatividad de los prestadores de servicio por medio de un *cluster* gastronómico y turístico.
25. Mayor integración y competitividad de prestadores, posicionamiento y generación de ventas (*e-commerce*) de la marca Estado.
26. Desarrollar propuesta gastronómica dirigida al creciente turismo de negocios en el estado.
27. Crear política prioritaria para el desarrollo de la gastronomía y el turismo gastronómico sostenible.
28. Creación de un espacio para productores agroecológicos.

120

FODA: Oportunidades

29. Reconocimiento público a los productores artesanales gastronómicos, cocineras y cocineros tradicionales más emblemáticos.
30. Integrar una agenda multi e interdisciplinaria con las distintas instituciones del gobierno federal, estatal y municipal para obtención de apoyos y recursos de programas ya establecidos.

131

FODA: Otras oportunidades a considerar

1. Desarrollo de agroturismo comunitario vivencial (producto maguey, integración de otros productos y atractivos agrícolas como; elaboración del pulque, recolección y preparación de hongos y setas clasificados comestibles autorizados; gusanos de maguey y chinicuiles, recorridos en bicicletas, a caballos, a pie... a sembradíos de maíz, trigo...).
2. Crear el producto de cocina regional – tradicional que integre a cocineras tradicionales, utensilios e ingredientes con infraestructura y estructura donde puedan ofrecer y comercializar sus servicios.
3. Crear nuevos platillos típicos con insumos emblemáticos y aprovechamiento de cosecha de frutas de la región (ensaladas, platos fuertes y postres).
4. Evaluar la posibilidad de lograr marcas colectivas del Maguey y/o sus derivados.
5. Los mercados son muy representativos para el visitante en todo el Estado, por lo cual se debe mejorar la limpieza de baños y pasillos, iluminación, ordenamiento y destacar los murales e información de lo que significan (museografía) en el mercado de Nanacamilpacabecera.
6. Itinerario de tinacales
7. Crear museo interpretativo con talleres

Anexo 3. Encuesta aplicada

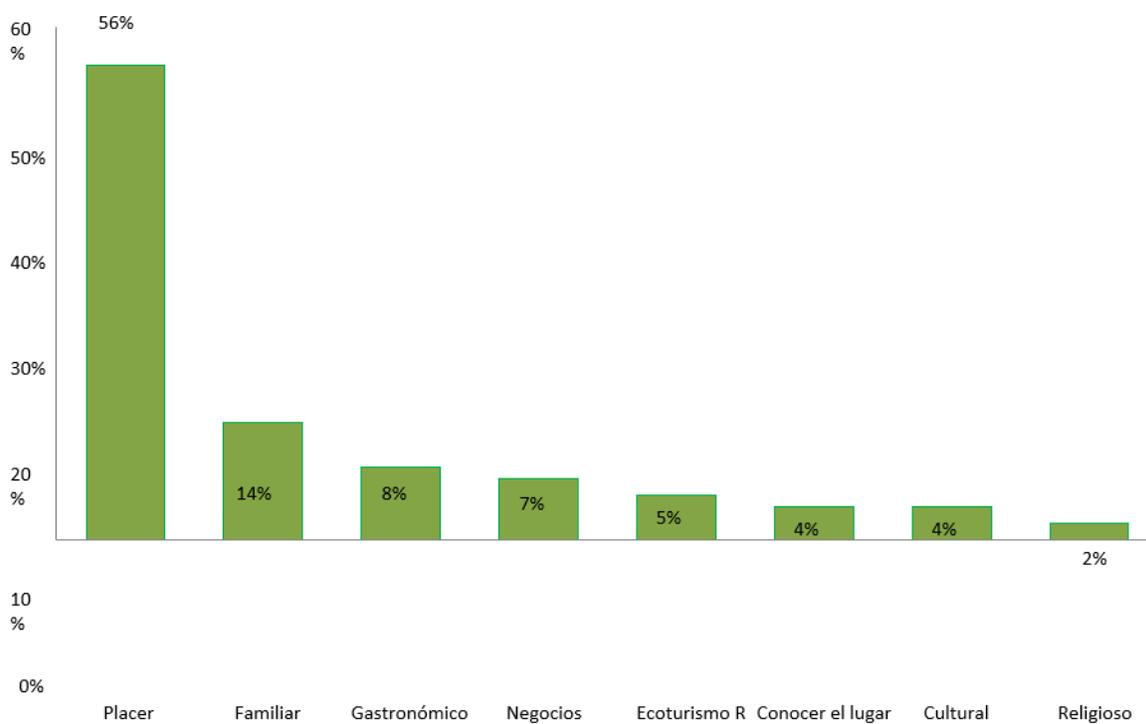
1. ¿Cuál es el principal motivo por el que te gustaría conocer Tlaxcala?
 - A) Placer
 - B) Familia
 - C) Su gastronomía
 - D) Turismo de aventura
 - E) Romance
 - F) Negocios
 - G) Ecoturismo Rural,
 - H) Conocer el lugar
 - I) Cultura Turismo
 - J) Religioso.
2. Califica del uno al 10 cuál es la importancia de conocer la gastronomía TLAXCALA
3. ¿Conoces Tlaxcala, sí y no que te gustaría conocerle ella?
4. ¿Te gustaría visitar el estado de Tlaxcala para vivir una experiencia y un producto gastronómico histórico cultural?
5. De las siguientes propuestas. ¿Cuál te gustaría experimentar?
 - A) Haciendas con Cocina de su época,
 - B) Castro Tours,
 - C) Ruta del Maguey
 - D) Hacienda de Pulke y sus derivados.
 - E) Experiencias agroturísticas
 - F) Visita Mercados con Productos Y Comida Tradicional.
6. En tu trayecto desde tu origen a Tlaxcala, ¿te gustaría pasar por algún parador gastronómico y turístico atendido por Cocineras tradicionales y productores artesanales?
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una experiencia gastronómica en Tlaxcala: de 250 a 549, de 550 a 1000, de 1500 a 3000, de 100 a 249, de 3500 a 7000, de 7500 a 10,000?

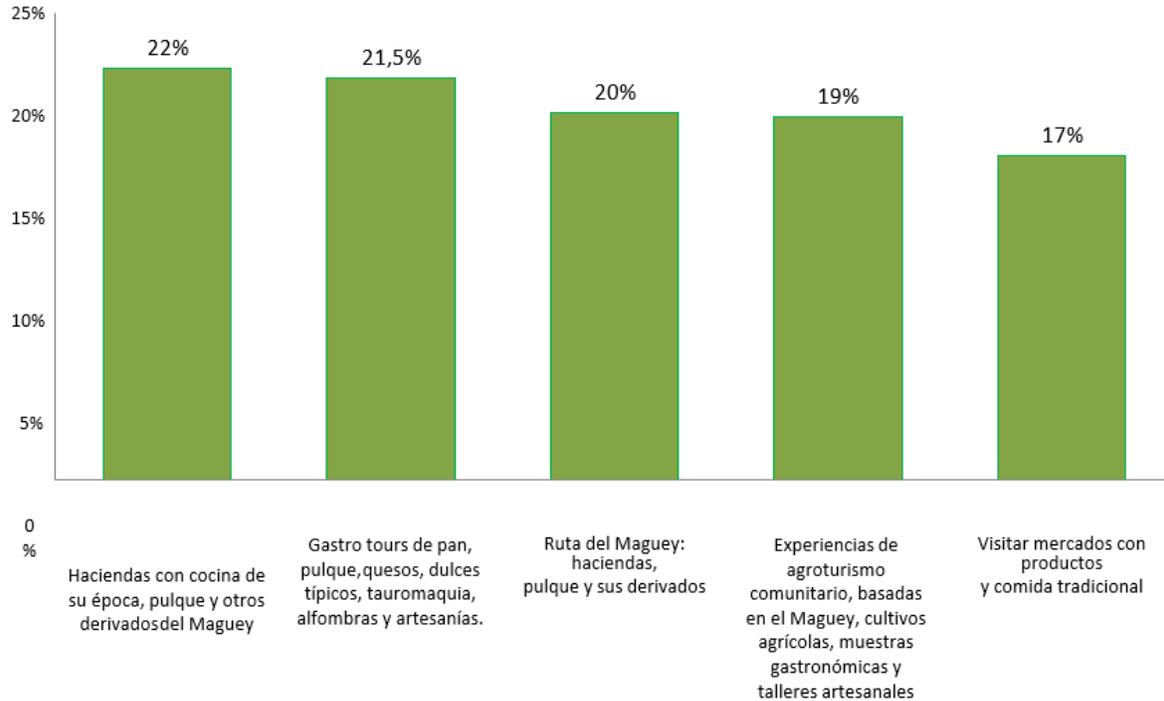
8. ¿Te parece importante que exista un centro interpretativo comunitario del Maguey?
9. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utilizas para buscar un destino turístico?
10. ¿Conoces alguna página turística de TLAXCALA?

Anexo 4. Resultados de Encuestas

Productos Gastronómico

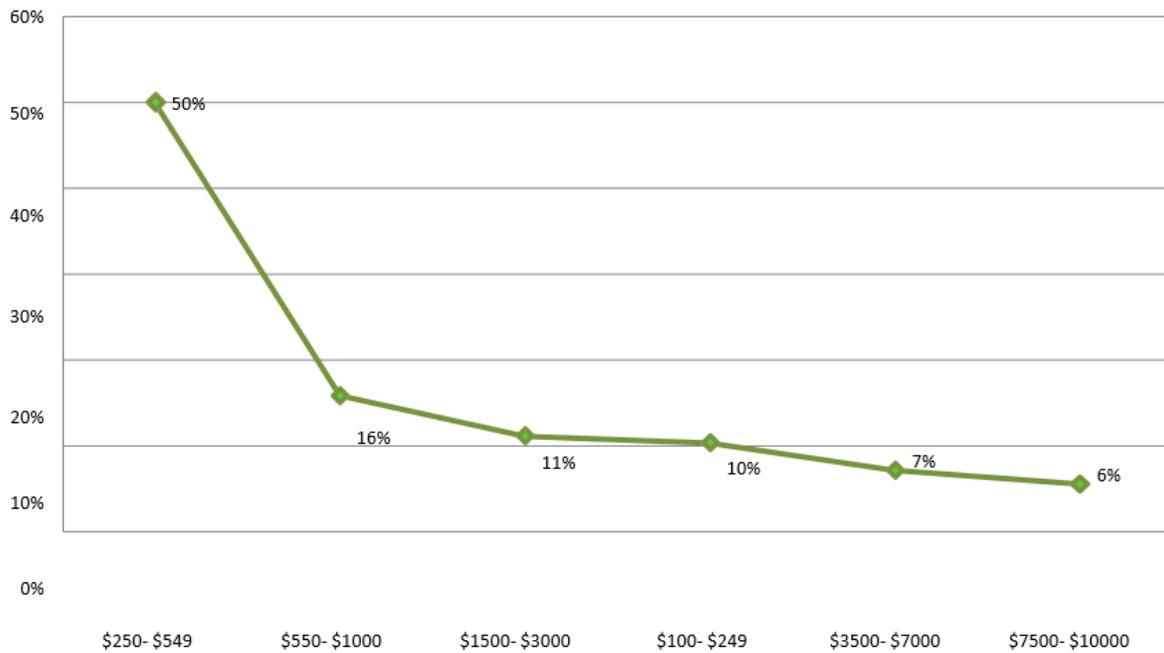
Instrumento:	Encuesta personalizada Aplicado a:		
	Comunidad		
Destinos:	Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Veracruz (4 destinos emisores potenciales)		
Género:	60 hombres (48%) y 66 mujeres (52%)		
Edades:	40-44= 22 (17%) 30-34= 19 (15%) 35-39= 17 (13%) 25-29= 16 (13%) 45-49= 13 (10%) 60-64= 9 (7%) 55-59= 7 (6%) 65-69= 7 (6%) 50-54= 6 (5%) 20-24= 5 (4%) 70-74= 4 (3%) y más de 75= 1 (1%)		
Total, aplicado:	126 encuestas		





El 60% de las personas no ha visitado el Estado de Tlaxcala, comentando que les gustaría conocer la gastronomía regional y tradicional (15%), atractivos culturales como templos e iglesias (14%), su naturaleza (12%), museos (11%) y un 18% no identifica ningún atractivo turístico del Estado.

El 40% de los encuestados sí lo ha visitado, conociendo el Centro Histórico de la capital (24%), Zona Arqueológica de Cacaxtla (10%), La Huamantlada (7%) y luciérnagas en Nanacamilpa (7%), sin embargo, no mencionan atractivos gastronómicos.



9. Medios de comunicación más utilizados para buscar destinos turísticos son:



24%



4%



40%

El 94% no conoce ninguna página turística del Estado de Tlaxcala, el 6% dijo que sí, de estos, el 3% hizo mención de la página oficial del Estado de Tlaxcala, sin embargo, no mencionaron ningún dominio. El 3% restante sí mencionó la página visitmexico/tlaxcala.

Anexo 5. Evidencia Fotográfica



Entierro de Mayahuel Diosa del pulque fotos del museo de sitio en la zona arqueológica de Tecoaque en el municipio de Calpulalpan.



Octecomatl vasijas ancestrales para purificar el pulque museo de sitio de tecoaque en Calpulalpan.



Turistas y Paisajismo en el Espacio turístico rural en la comunidad de Tepunte en Nanacamilpa.



Elaboración de Xoma (recipiente de barro para beber pulque) Comunidad de La Trinidad Tenexyecac en el municipio de Ixtacuixtla Alfarero Bernardo con Turistas Colombianos.



Oficio Ancestral del Tlachiquero Rancho Los Compadres Agmiel Puro de Calpulalpan



Capado de Maguey en Rancho los Compadres de Aguamiel Puro en Calpulalpan



Guías de la Comunidad de Tepunte Nanacamilpa



visitatlaxcala.com

propuesta de post para paguinas de la secretaria de turismo de Tlaxcala

Propuesta de post para páginas de la secretaria de turismo de Tlaxcala



Cocinera tradicional Doña Elvis con un mixiote de maguey foto cortesía grupo XCARET.



Mayahuel Diosa del pulque



Extracción de papel mixiote con turistas de España y Costa Rica con el Tlachiquero "El Chulo"



Patrimonio Arquitectónico en Ixtacuixtla

Anexo 6 información de los que conforman el producto para subirlo a una plataforma

¿Si existe el Enoturismo, Entonces

La Red de Agaveturismo en Tlaxcala es una estrategia para generar desarrollo local mediante propuestas de actividades de Turismo Rural (Agroturismo) con prácticas regenerativas para poder ofrecer vivencias transformativas por parte de los actores locales que participan en la dinámica turística de forma organizada y que además beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del ciclo biocultural del agave y su aprovechamiento en el turismo.

...por qué no existe el Agaveturismo?

En la actualidad el turismo alternativo toma fuerza en la era post-covid y se ha convertido en una oportunidad de desarrollo local para las comunidades anfitrionas, teniendo en cuenta los factores de desarrollo social, económico, cultural, ambiental, político y espiritual.

El turismo rural es una de las alternativas que ayudan a la conservación y regeneración del patrimonio natural, cultural y biocultural entre las comunidades más necesitadas, genera empleo, impulsa la creación de emprendimientos turísticos, colectividad y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras y de los viajeros.

The map shows the state of Tlaxcala with various locations and activities labeled in different sizes and orientations. Key terms include: COCINA TRADICIONAL, ARTETIZA, ALACRANISIMO, LIDUVALIER, MAIZAPAN, CABANAS TECHICHILCO, POSADA LA MAGUEYERA, XOLETONGO, PANADERIA EVOLUTIVA, CUAU LA TURISMO RURAL, CORAZON DE MAGUEY, PULQUE, AGAVE TOUR GUIDES, LA TLAXCALTECA, TENEX, TOMOHTL, TEXTIL, XOLETONGO, AGMIEL PURO, and ARTE VIEYRAA.

Con esta propuesta se pone en marcha la creación del producto Agaveturismo y poder aterrizar al Turismo RURAL, como una estrategia de desarrollo endógeno y aumentar pernocta.



Donde se oculta el sol

Objetivo

Ser una red que apoye a generar comunicación, capacitación y estandarización de procesos de un micro segmento de turismo rural denominado Agaveturismo, que funcione como una estrategia de regeneración biocultural para comunidades agaveras de México y viajeros del mundo, mediante la articulación de la Red Nacional de Turismo y Agave y potencializar producto turístico de exportación.

Misión

Ser nodos y enlaces para la difusión de vivencias agaveturísticas de Tlaxcala y México.

Visión

Ser una red nacional especializada en Turismo Rural Regenerativo conformada por promotores de las buenas prácticas y/o Turismo responsable, ya sean operadores turísticos, cocineras, productores, campesinos o enamorados del Agaveturismo y poder usar el poder transformador del turismo rural para poner en valor la importancia del agave en el mundo una planta que todo el mundo debería de conocer.



1 **Cuauila Turismo Rural**
Recorrido a la Zona Arqueológica de Teoacoque y museo
Taller de ojos de vidrio
capilla de las élitras
Montaña Sagrada Chame

2 **Saniz**
Saniz
Recorridos pulqueros (degustación de pulque y agave), visita a la destiladora
Productos a la venta

3 **Guía Jehú Muñoz**
Recorrido a la Zona Arqueológica de Teoacoque

4 **Agniel Puro**
Tour pulquero
Recorridos maguayeros
Productos a la venta

5 **Centro de rehabilitación Ecuestre Mayahuel**
Terapias asistidas con caballos

6 **Hacienda Mazapa**
Recorridos guiados, explicación de la producción del maguay
Paseo a caballo

7 **Cocina Doña Mary**
Cocina tradicional
Agave Tour Guide
Talleres y recorridos pulqueros

8 **Hacienda San Cayetano**
Hospedaje
Ruta del Sabor
Comida típica y tradicional

9 **Octli Glamping**
Restaurante
Área de fogata
Cenas Románticas
Temazcal

10 **Xoletongo**
Cocina tradicional
Agave Tour Guide
Talleres y recorridos pulqueros
Productos a la venta

11 **Rancho La Soledad**
Hospedaje en glampings
Recorridos al apatio
Recorridos maguayeros
Servicio de senderismo en el Santuario de las Lucérmagas

12 **Pan Evolutiva**
Producción de pan de pulque

13 **Playa Elvis**
Cocina tradicional
Ruta del pulque
Artesanías

14 **Tandi-Chala**
Renta de cabañas
Ticelas
Talleres de barro

15 **Corazón de Maguay**
Tour pulquero
Comida Tradicional
Talleres de germinación de semillas de maguay
Productos a la venta

16 **Culturístico**

17 **Tenex**
Senderismo biocultural
Taller interactivo de barro



Cuacula Turismo Rural

Integradora de servicios turísticos

Paquete 1:

- Zona arqueológica de Tecoaque y museo del sitio.
- Visita al Puente de Márquez lugar clave durante la batalla de México contra Francia.
- Degustación de un desayuno típico de la comunidad junto a la bebida de los dioses.
- Recorrido a la Capilla de las Ollitas en la mano de nuestros cronistas.
- Visita al Taller de artesanías de ojos de vidrio "Hacedores de Miradas"

El costo de este paquete es de \$700.00 MXN



Paquete 2:

- Zona arqueológica de Tecoaque y museo del sitio.
- Degustación de un desayuno tradicional de la comunidad,
- Visita a las artesanías “Hacedores de miradas”.
- Actividades ecuestres en el Rancho JB.
- Recorrido hacia la Montaña Sagrada Chame.
- Degustación de la comida típica y el pulque traído por los tlachiqueros del pueblo.

El costo de esta inolvidable experiencia es de \$900.00 MXN



Contacto



Calle Norte #12 Santiago Cuauila
Municipio Calpulalpan Tlaxcala



557 485 7017
José Arturo Rivera Ortega



agavescuauila@gmail.com



Saniz

Preservación y producción de planta de maguey, producción de concentrado de aguamiel (miel de maguey), pulque y destilado de aguamiel.



·Experiencia magueyera Saniz:

Incluye:

Degustación de aguamiel
 Pulque
 Concentrado de aguamiel
 Destilado y agua fresca.

Precios a grupos de 1 hasta 10 personas= \$1000 pesos,
 (más de 10... 60 pesos extra por persona).



Paquetes de alimentos

Menú

Arroz
Chimbote
Agua
Tortillas
postre.

\$180

Menú

Sopa
Arroz
Mixiote
Corazón de
maguey
Frijoles
Agua
Tortillas
Postre

\$200



*Todos los paquetes se realizan previa cita



Actividades

- Recorrido en la magueyera Saniz y explicación de las herramientas de trabajo y la técnica para el cultivo, poda, capado, raspado,
- Actividades interactivas en la obtención del aguamiel, en donde los visitantes plantaran un maguey
- Degustación del aguamiel en una xoma (penca de maguey) .
- Recorrido al área de producción del concentrado de aguamiel Saniz .



- Visitar un tinacal/destiladora y degustar del pulque y el destilado de aguamiel.





Servicios

Bodega de producción de concentrado de aguamiel

Bodega de destilación y producción de pulque

Estacionamiento

Área de comida

Baño

Productos



Reconocidos por Baluarte de Slow Food International, por la calidad y sabor de nuestro concentrado de aguamiel.



@sanizmaguey

Contacto



Calle Prolongación Morelos no. 3,
San Felipe Sultepec, Calpulalpan,
Tlax.



749 104 9593 - Isela
Aurea Islas Montiel



sanizmaguey
mezotera.tlx



SANIZ
Sanizmaguey Mezotera



sanizmaguey@gmail.com

Guía
monitor
de
naturaleza
Jehú
Muñoz
Portilla



Disfruta de una experiencia guía a la Zona Arqueológica de Tecoaque y escuchar la explicación de cómo se hace el Pulque bajo la guianza de Jehú Muñoz Portilla.

Contacto



C. Ignacio Allende 1,
San Felipe Sultepec



246 204 6699



Agmiel Puro

Producción de miel de maguey, tour y recorridos magueyeros.

Recorrido incluye:

- Tour pulquero (se explica desde plantación, producción y diferentes utilidades del maguey),
- Gastronómico: realización de comida capitana a base de maguey y degustación de pulque.*



- Demostración de la producción de miel de maguey.



*Costo varía de acuerdo al número de personas y/o recorrido.



Productos a la venta

- Granola endulzada con miel de maguey
- Jabón artesanal con extracto de maguey
- Miel pura de maguey



Contacto



San Felipe Sultepec
Calpulalpan Tlaxcala



222 788 8413
Daniel Sánchez Valdez



Miel de maguey
Agmiel puro



¡Escanea me!

Terapia
ocupacional
Terapia física
Predeportivo
Estimulación
temprana

Terapia a diferentes
tipos de
discapacidades
Psicología
Terapia cognitiva
Acupuntura

Precio de beca brindadas a personas con
diferentes tipos de discapacidad: \$100.00 por
sesión

Otros servicios \$300.00 en general por sesión



Centro Rehabilitación Ecuestre Mayahuel (Equinoterapia) TERRAPIAS ASISTIDAS CON CABALLEROS



Contacto



Calle Cuauhtémoc S/N San
Antonio Mazapa, Calpulalpan
Tlax.



749 108 8701



CREM Centro de Rehabilitación
Ecuestre Mayahuel



Hacienda Mazapa



- Recorrido guiado por la hacienda. Explicación de áreas de lo que fue la hacienda y la producción del maguey. (30-40 min)
\$ 100 pesos.



- Paseo a caballo \$50 .
- Área para acampar \$120
Incluye leña, baño, bocina, historias y leyendas Gotcha.



Contacto



Calle Cuauhtémoc S/N San
Antonio Mazapa, Calpulalpan
Tlax.



749 850 8268



Hacienda Mazapa



alanlopezjuarez799@gmail.com
viloju_87@hotmail.com



Cocina Tradicional y Turismo Rural



**Cocinera Embajadora
Gastrónomica**

- Talleres gastronómicos de cocina tradicional utilizando derivados de Maguey.
- Taller de elaboración de Barbacoa en Hoyo.
- Menú del día \$200



246 222 9669



María Terreros
Pérez

- Recorridos pulqueros.
- Taller de elaboración de curados.
- Recorridos por las luciérnagas
- Bioconstructor de Tlecuiles y de hornos para barbacoa



Guía NOM 08 y Agave Tour Guide



Comunidad de Tepunte
Nanacamilpa



Victor Bastida Rodriguez.



749 111 7918



Guía NOM-08 y Agave Tour Guide

- Guía local de ecoturismo
- Ayudante de cocina tradicional



Rosario Bastida Terreros



748 110 0556



Nanacamilpa de Mariano Arista, Tlaxcala



"Ruta al Sabor y las Maravillas del Maguey"

Duración aproximada de 4 horas.

- Introducción sobre la historia del lugar, y los antecedentes del Maguey.
- Degustación de destilado de pulque.
- Procedimiento para la extracción de aguamiel y su degustación.
- Explicación sobre el proceso de capado, cuidado y mantenimiento de la planta; al igual que sus beneficios ecológicos y en la salud.
- Taller didáctico para la elaboración de curados de forma artesanal.



"Ruta al Sabor y las Maravillas del Maguey" (Paquete sencillo)

Costo: \$250 c/u.

Incluye:

- Explicación sencilla que tiene como duración máxima una hora con treinta minutos.
- Degustación de tlacoyos o memelas.
- Degustación de pulque natural y/o agua de sabor

*No incluye: - Taller didáctico para la elaboración de curado - Comida artesanal.



"Comida Típica y Artesanal"

(va incluida en la "Ruta al Sabor y las Maravillas del Magüey").

Menú:

- Sopa de Milpa (elote, toque de poblano, hongos, calabazas, flor de calabaza, y un toque de epazote).
- Tlacoyos típicos de la región, rellenos de alverjón o papa, con una salsa verde y queso fresco.
- Pollo al rescoldo .
- Oblea de buñuelo con nuez, arándano y requesón, bañado con la miel que de forma artesanal fabricamos de nuestros magüeyes.



"Santuario de las Luciérnagas"

Experimentarás de la forma más cercana la reproducción de este lampírido, en un espectáculo natural de luces, en una atmosfera de tranquilidad y paz en medio del bosque por la noche. Una experiencia que no puedes perderte. (El precio incluye únicamente el acceso a santuario y guía certificado)



Contacto



Juan Escutia 201, Niños
Héroes, 90280 Niños
Héroes, Nanacamilpa, Tlx.



748 105 7255
748 107 6299



jucaram@live.com.mx



Glamping Octli

Duerme desde la comodidad de una tienda de lujo y a la luz de las estrellas

Paquete glamping de lujo en la Cuna del Pulque Nanacamilpa, Tlaxcala.

Incluye:

- 1 noche en Glamping Octli. Acampa con estilo y glamour y duermes en una cama matrimonial.
- Desayuno continental.
- Baño completo exclusivo.



Precio*

\$1,500 pesos por tienda
(domingo a viernes)
\$2,000 pesos por tienda
(sábado)

Pet Friendly



Pulquero



Recolección
de hongos

-Tours-



Santuario de
las Luciérnagas



Vuelo en
globo

*Precio sujeto a disponibilidad y fechas especiales

Contamos con:

- Restaurante
- Estacionamiento
- Área de fogata
- Cenas Románticas
- Servicios de concierge
- Café y agua de cortesía
- Temazcal



Contacto



247 133 6451



Glamping Octli



Glamping Octli



hola@glampingoctli.com



Camino Nanacamilpa Tepunte km 15,
90280 Cd de Nanacamilpa, Tlaxcala



www.glampingoctli.com

Contamos con:

- Restaurante
- Estacionamiento
- Área de fogata
- Cenas Románticas
- Servicios de concierge
- Café y agua de cortesía
- Temazcal



Contacto



247 133 6451



Glamping Octli



Glamping Octli



hola@glampingoctli.com



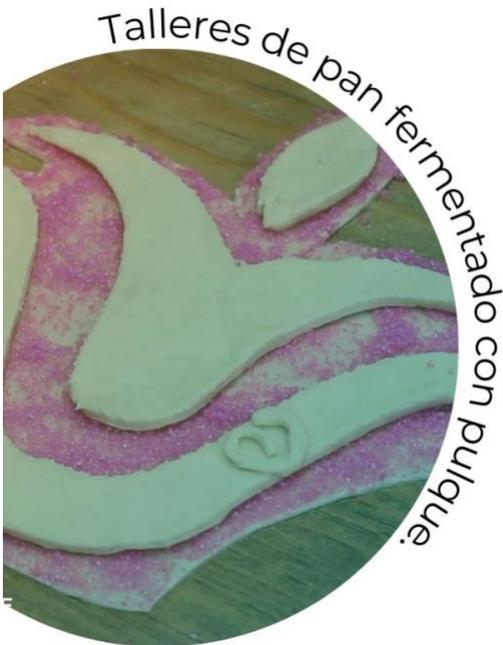
Camino Nanacamilpa Tepunte km 15,
90280 Cd de Nanacamilpa, Tlaxcala



www.glampingoctli.com



- Avistamiento de luciérnagas.
- Recorrido de maguey pulquero y degustación.





Xoletongo

Chef y Agave Tour Guide

Marcos Erik Morales

Nominado en la Categoría relevación Best Chef en la Revista Food & Wine en Español



- Cocina biocultural del sistema metepanlte.
- Cocina a base de insectos.
- Productor de mezcal.
- Tour pulqueros.
- Tour a las luciérnagas.

Contacto



241 171 0265



Xoletongo



@mmmarcose





Domingo Morales Maestro mezcalero y guía de turista, Agave tour guide.

- Recorridos pulqueros
- Producción de mezcal
- Zona de avistamiento de luciérnagas



Contacto



Camino Miguel Lira y Ortega–Santa
Cruz Moxolahuá Km 1.5, San Felipe
Hidalgo, Tlaxcala.



748 106 5103 -
Domingo Morales





Centro Ecoturístico Rancho La Soledad

- Áreas de hospedaje en glampings.
- Área de campamento.
- Recorridos al apiario.
- Comidas y cenas
- Recorridos magueyeros
- Servicios de senderismo en el santuario de las luciérnagas

Contacto



241 171 5886 - Pedro Antonio
Zamora. 748 688 0676



Santuario de las luciérnagas-
Rancho La Soledad



rancholasoledad.nanac
amilpa@gmail.com



Calle Libertad 6, Barrio Fracc. Villa,
Nanacamilpa



@rancholasoledad_tlaxcala



rancholasoledadtlaxcala
.com



Panadería Evolutiva

Elaboración y Preparación De Pan De Pulque.



\$15 la pieza.
\$70 la pieza grande.



Contacto



C. Berriozabal, #801,
Barrio Chapultepec,
Nanacamilpa, Tlaxcala.



748 105 5096
Francisco Javier Zarate
Arroyo



EVOLUTIVA



chefjavierarroyo@gmail.com



Ruta del pulque.

¡Plantación y explicación de la planta de maravillas!



*Previa reservación



Artesanías



Contacto



Calle Reforma N. 36
Nanacamilpa, Tlaxcala



749 101 0030



PGyA Elvis





Tandi-Chala

Un lugar para retiros espirituales.



- Renta de cabañas.
4 cabañas disponibles.
Costo por persona/ por noche \$300

- Contamos con tirolesas \$150. P/p 600 mts. De vuelo
- Senderismo de día y noche.
- Zona de acampar
- Restaurante y/o salón de usos múltiples. Para 50 personas.
- Actividades al aire libre.



Ofrecemos
Talleres de barro.
Hoja de maíz.
Alimentos y pernocta.

Contacto



Carr. Alvaro Obregón
Sanctorum KM 2, 90293
Españita, Tlax.



248 132 4909 -
José Jaime
Contreras Castillo



TANDI CHALA



Jaicon60@hotmail.com

Corazón de Magüey



- Pulque tour con degustación de aguamiel y extracción de pulque.
- El magüey hecho delicia (elaboración de galletas o empanadas con pulque.)
- Taller de elaboración de granola con Sirope de Magüey.
- Taller de germinación de semilla del magüey pulquero.
- Venta de comida tradicional a base de magüey y barbacoa en pencada en hoyo.

Gastronomía

- Barbacoa de borrego o pollo
- Pollo a la penca
- Gastronomía a base de magüey (escamol y chinicuiles)



Calle Josefa Ortiz de
Domínguez S/N Española



241 126 2206
María Mercedes Aguila



Corazón de
Magüey



Productos a la VENTA

- Granola con concentrado de aguamiel
- Pan artesanal de pulque
 - Galletas de pulque
 - Pulque en refresco
 - Destilado de pulque



GALLETAS ARTESANALES DE PULQUE

Hechas con amor
en Tlaxcala

Ricas en fibra
y proteína.

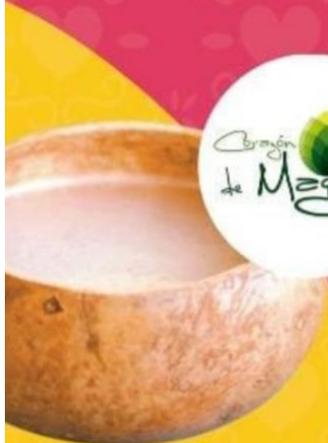
Bajas en
grasas y
azúcares

¡Perfectas para
compartir en
familia!

Origen
de Mezquey

DE VENTA AQUÍ

Consumo
Local





Ing. Alfonso Contreras Sanchez

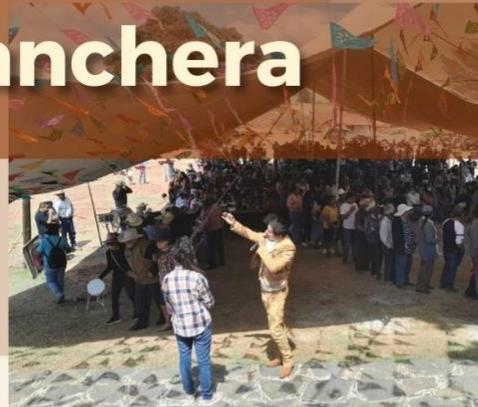
Consultor en plantaciones en magüey pulquero



- Talleres de germinación de semillas del magüey
- Talleres de control de plaga en magüey pulquero



Cantante de música ranchera



Contacto



241 114 9793



Alfonso Contreras





CULTURÍSTICO TOURS



HUELLAS SOBRE EL CAMINO GRANDE

RECORRIDOS BIOCULTURALES EN DONDE SE OCULTA EL SOL



Paquete 1

Incluye:



Visita la Ex Hacienda La Blanca, con la interpretación del patrimonio.



Acceso a las minas, senderismo, recorrido guiado en las minas.

Costo: \$300.00 MXN por persona



Paquete 2

Incluye:

Visita la Ex Hacienda La Blanca y Minas de Tiza con la interpretación del patrimonio. Prueba helados artesanales, visita la experiencia de maizapan, y visita guiada a la Barca de la Fé en Buenavista.

Costo: \$350.00 MXN por persona

Conexión con otras experiencias

Corazón de maguey (Españaíta)
Tandi Chala
Huerto agroturístico la Quinta
Santiago Cuaula
Maizapan
Barca de la fé
Tlaxco pueblo mágico
Ixtenco pueblo mágico.



Nosotros

Somos una organización cultural y artesanal, realizamos eventos culturales en nuestro municipio como el Festival del pulque, Festival de días de muertos, exposiciones de pintura y fotografía.

Tenemos algunos artesanos que hacen bisutería, cerámica y cerveza artesanal.

Contamos con dos cocineras tradicionales en el municipio y hemos realizado muestras gastronómicas.

Y con los compañeros de nuestra región tenemos diferentes experiencias turísticas a lo largo del año y de acuerdo a la temporada lanzamos diferentes paquetes para los diferentes públicos, por ejemplo en el marco de día de muertos, hacemos el tour catrina viaje al Mictlán. Y es así como me voy dando matices diferentes a la experiencia.

El punto de encuentro de nuestros recorridos lo hacemos en el parque del municipio de Hueyotlipan. No contamos con transporte por lo que el viajero tendrá que llegar por su cuenta, sin embargo existe flexibilidad de movilidad.

Contacto



Av. Hidalgo #8
San Ildefonso Hueyotlipan



222 813 4331



Culturistico Hueyotlipan



koolturistico@gmail.com



koolturistico@gmail.com



Tenex

Manos de Libertad

Corazón de Barro

Tenex manos de libertad

Senderismo biocultural regenerativo, caminata por los cerros de Tenexyecac dónde se narrará su historia a través de su propio territorio donde se contará el pasado de un pueblo esclavo y el proceso de libertad.



Costo por persona \$300.00
*Costo de Tenex manos de libertad
corazón de barro con comida
\$750.00





Manos de libertad

Taller terapéutico interactivo de barro donde nos permitirá al visitante hacer una pieza canalizada desde nuestro sentimiento y emociones.

Costo por persona \$300.00

*Costo de Tenex manos de libertad sin comida \$600



Comida (opcional)
Comida regional \$150.00

Precio para niños menores de 10 años
\$450.00

Contacto



Callejón Los Baños S/N (frente
al puente) La Trinidad
Tenexyecac, Ixtacuixtla de
Mariano Matamoros Tlaxcala



246 143 8953 - Bernardo
Juárez Rodríguez



Tenex manos de libertad



manos_de_libertad



Bernartesan@hotmail.com



Productos Gastronómicos y Artesanías (PGYA) Elvis

Contamos con más de treinta platillos de autor con ingredientes locales y del maguey.....



Elvia Contreras Becerra
Cocinera del grupo de Manos de Mayahuel

Participación en Xcaret Vida y Muerte



Chile relleno con huevo de maguey



Mixiote: Carnero, Puerco, Res y Pollo



Postres con aguamiel



Atole y tamales con aguamiel



Arroz con aguamiel



¡Disfruta los platillos con una salsa molcajeteada!





Comida típica tradicional en cocina de humo elaborado exquisitamente por la cocinera del grupo Manos de Mayahuel: Norma Muñon Brindis



Calle de campesino #9
San Felipe Hidalgo,
Nanacamilpa



748 105 7448



Xoletongo

Contacto



xoletongo.santuario@gmail.com

