

# Oferta recreativa que sea del interés del turismo local en el Centro Histórico de Puebla

Sosa Reyes, Elena Guadalupe

2024-05

---

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/6063>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



**“OFERTA RECREATIVA QUE SEA DEL INTERÉS DEL TURISMO LOCAL EN EL  
CENTRO HISTÓRICO DE PUEBLA”**

ELENA GUADALUPE SOSA REYES

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y DE LA HOSPITALIDAD  
DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS  
PUEBLA, PUEBLA.  
2024

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	4
<b>1.1 Planteamiento del problema</b> .....	4
<b>1.2 Justificación</b> .....	4
<b>1.3 Objetivos</b> .....	5
<b>1.3.1 Objetivo General</b> .....	5
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b> .....	5
<b>1.4 Pregunta de investigación</b> .....	5
<b>1.5 Alcances y limitaciones</b> .....	5
<b>1.5.1 Alcances</b> .....	5
<b>1.5.2 Limitaciones</b> .....	6
<b>2.1 Marco contextual</b> .....	6
<b>2.1.1 Estado de Puebla</b> .....	6
<b>2.1.2 Ciudad de Puebla</b> .....	7
<b>2.1.3 Centro Histórico de Puebla</b> .....	7
<b>2.1.4 Turismo local</b> .....	7
<b>2.2.1 Turista y sus tipos</b> .....	8
<b>2.2.2 Patrimonio</b> .....	8
<b>2.2.3 Principales atractivos turísticos en el centro</b> .....	9
<b>2.2.4 Oferta recreativa</b> .....	9
<b>2.2.5 Casa de Albisúa</b> .....	9
<b>2.3 Casos de éxito</b> .....	10
<b>2.3.1 Librería Gandhi y Ocho 30</b> .....	10
<b>2.3.2 Museo Casa de Alfeñique</b> .....	10
<b>3. Metodología</b> .....	11
<b>3.1 Tipo de investigación</b> .....	11
<b>3.1.1 Deductiva</b> .....	11
<b>3.1.2 Inductiva</b> .....	11
<b>3.1.3 Descriptiva</b> .....	11
<b>3.1.4 Elección de tipo de investigación</b> .....	11
<b>3.2 Métodos, técnicas e instrumentos</b> .....	11
<b>3.2.1 Métodos</b> .....	11
<b>3.2.1.1 No intervención</b> .....	11

3.2.1.2 Mediana intervención .....	12
3.2.1.3 Intervención .....	12
3.2.1.4 Elección de métodos .....	12
3.2.2 Técnicas.....	12
3.2.1 Entrevista semiestructurada .....	12
3.2.2 Experimentación- método inmersivo.....	12
3.2.3 Instrumentos.....	12
3.2.3.1 Instrumento de la entrevista .....	12
3.2.3.2 Instrumento de la experimentación.....	13
3.3 Universo, población y muestra.....	13
3.3.1 Universo .....	13
3.3.2 Población.....	13
3.3.3 Muestra .....	14
3.3.3.1 Muestra cualitativa .....	14
3.3.3.2 Método de selección aleatoria .....	14
4. Resultados.....	14
4.1 Cualitativos de Entrevista semi estructurada: .....	14
4.2 Método de selección aleatoria .....	14
5. Conclusiones .....	17
6. Anexos: .....	18

## **1. Introducción**

### **1.1 Planteamiento del problema**

Cuando se piensa en turismo y en cómo beneficiar a algún destino, lo primero que se viene a la mente es la pregunta: ¿Cómo lograr que lleguen o vengan más turistas a visitar el sitio? Los proyectos turísticos suelen enfocarse en las personas extranjeras o de otros estados del país y a los habitantes de la zona se les hace a un lado, siendo ellos parte fundamental del desarrollo económico del lugar.

Analizando el Centro Histórico de Puebla, se puede percibir que gran parte de las actividades o atractivos turísticos van enfocados hacia los extranjeros o foráneos, y no se ofertan actividades o productos turísticos que vayan enfocados a los habitantes de la zona.

Algunos poblanos no se sienten atraídos a visitar el Centro Histórico de Puebla como actividad recreativa, pues el ir implica ciertos obstáculos como lo son: el tráfico, el traslado, la lejanía, la falta de lugares para estacionarse, estacionamientos con precios elevados, entre otros. Para evitar todo esto, poblanos con cierto nivel socioeconómico, como el C+ (medio alto) (Market Data México, s. f.), optan por visitar lugares que se encuentren más cerca de la zona en la que viven o se mueven y que no involucren tantas complicaciones, un ejemplo de esto es la zona de Angelópolis.

Cuando los extranjeros visitan un lugar fuera de su país o que simplemente no conocían, frecuentemente quedan sorprendidos por todo lo que ven, comen y viven. Precisamente como es único, diferente y algo a lo que no están acostumbrados, ellos pueden apreciar la belleza de todo lo que conforma el lugar. Mientras, que el local, como ya está habituado a ver ciertos lugares, comer cierta comida, escuchar música de la zona, etc., ya no aprecia del todo la belleza del sitio; porque éste está siempre a su disposición. Esto sucede con los poblanos, no aprecian la riqueza con la que el Centro Histórico cuenta, porque están tan acostumbrados a éste que ya no les asombra.

El preferir visitar otros lugares que probablemente no cuenten con tanta riqueza como la del Centro Histórico hace que cada vez se pierda el interés por ir y aprender de la cultura e historia. Igualmente, se tiene una idea errónea del turismo ya que solo se busca la llegada de turistas extranjeros y se olvida que los locales también son un tipo de turismo: turismo local.

Por ello, este proyecto busca, analizar el turismo local en la zona, para después tomar un inmueble que cuente con el recurso y potencial para ser comercializado turísticamente, pero, sin embargo, no se esté aprovechando, como la “Casa de Albisúa”, con el fin de estudiar la riqueza patrimonial con la que cuenta y poder identificar dichos factores para la generación de ideas turísticas enfocadas a los poblanos.

### **1.2 Justificación**

El turismo local es una forma de turismo que implica viajar y descubrir atractivos cercanos al lugar de residencia. Dentro de los beneficios del turismo local, se encuentran: el desarrollo económico de la comunidad local, se fomentan empleos, se hacen partícipes a los habitantes de la zona, lo cual es importante ya que se mantienen vivas las raíces, costumbres, historia y tradiciones de la zona y se genera un sentimiento de pertenencia y orgullo.

El turismo local es importante dentro de una comunidad ya que impulsa su economía; “cuando los habitantes de una comunidad deciden explorar los destinos turísticos cercanos, están contribuyendo directamente a la generación de ingresos y empleo en el área” (RRHH Digital, 2023), a través de consumos o gastos en negocios locales como restaurantes, tiendas, hoteles, etc., generando así, empleos y oportunidades para los mismos locales y creando un modelo de desarrollo sostenible que favorece a todos. También es importante dentro de la cultura de un lugar, ya que ayuda a promover la conservación y preservación del patrimonio cultural. Los locales al apreciar y valorar la riqueza cultural, histórica, arquitectónica; al tener conciencia de su importancia, ellos mismos se ven más motivados a proteger y transmitirlos de generación en generación.

Mencionado lo anterior, entonces, ¿por qué buscar que personas ajenas a la comunidad aprecien sus atractivos si las personas que habitan y son aledañas a éste no ven su riqueza? Si la propia comunidad no aprecia ni se da cuenta de la riqueza ya sea cultural, histórica, arquitectónica, etc. de la zona, ¿cómo se planea que gente externa logre esto? Una vez que los habitantes aprecien y se interesen por el lugar en donde viven, la oferta turística sería dirigida con un mensaje diferente e incluso el mercado cambiaría, ya que pasaría de ser atractivo sólo para extranjeros a ser atractivo para locales y extranjeros, lo cual abarca más. Por ello, es importante generar propuestas turísticas que sean atractivas para los locales, sabiendo aprovechar los recursos con los que se cuentan, como lo son inmuebles como la Casa de Albisúa que está en desuso, y generar así, ideas turísticas diferentes para este tipo de turismo, y que al mismo tiempo les ayude a valorar y apreciar un poco más la riqueza con la que cuentan.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Realizar un estudio de la oferta turística hacia el turismo local en el Centro Histórico de Puebla y evaluar un inmueble en desuso como la Casa de Albisúa como atractivo turístico para dicho turismo.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Obtener información sobre los tipos de turismo que visitan el Centro Histórico de Puebla y los sitios de mayor interés
- Identificar la oferta recreativa en el centro histórico para el turismo local
- Evaluar el potencial con el que cuenta la Casa de Albisúa como atractivo turístico

### **1.4 Pregunta de investigación**

- ¿Existe oferta recreativa dirigida para el turismo local que sea de su interés, en el Centro Histórico de Puebla y cómo inmuebles en desuso como la Casa de Albisúa pueden volverse atractivos turísticos para este turismo?

### **1.5 Alcances y limitaciones**

#### **1.5.1 Alcances**

Debido a que el Centro Histórico es muy grande ya que abarca hasta 7 kilómetros cuadrados desde el zócalo como punto cero, este proyecto tendrá alcance únicamente en una parte del centro, la cual será los alrededores del Zócalo que abarcan las calles 8 Poniente, 3 Norte y 6 Norte y 9 Oriente. Se seleccionaron estas calles ya que dentro de este cuadrante se encuentran muchos de los atractivos turísticos icónicos del centro de la ciudad.



**Imagen 1: Mapa del centro histórico de Puebla Turismo Puebla (2024)**

### 1.5.2 Limitaciones

- El acceso a la zona donde se encuentra ubicada la Casa de Albisúa. Esto debido a que la calle es un poco estrecha, lo que en ocasiones dificulta el poder estacionar el coche o incluso se vuelve más complicado por los parquímetros de los alrededores.
- El acceso a la Casa de Albisúa, para poder conocerla por dentro y analizarla a detenimiento.
- El acceso a la información, esto porque si se desea conocer más sobre la ciudad o la Casa de Albisúa, se necesitarían informes que tiene el gobierno municipal o el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia). Además, de que no se cuenta con alguna red social en donde se difunda el inmueble.
- Acceso a datos estadísticos de turistas locales, ya que normalmente sólo se miden los nacionales e internacionales.
- El tiempo, ya que se cuenta con poco tiempo para realizar el proyecto, así como una propuesta.

## 2. Marco Teórico

### 2.1 Marco contextual

#### 2.1.1 Estado de Puebla

El estado de Puebla se encuentra ubicado en el centro-oriente del país, al oriente tiene una colindancia con el estado de Veracruz, al poniente con Hidalgo, Tlaxcala, Morelos, y Ciudad de México, mientras que al sur colinda con Guerrero y Oaxaca.

Una de las principales actividades económicas de Puebla es la “industria manufacturera en donde se incluyen las materias textiles y la fabricación de autos (gracias a las plantas de Volkswagen y Audi), convirtiendo así a Puebla en el segundo productor automotriz del país” (BUAP, s.f.)

En el área turística, el estado de Puebla se encuentra en el séptimo lugar a nivel nacional. En el 2022, “obtuvo 5 millones 190 mil 303 visitantes” (Victorica, 2023), posicionándose debajo de Quintana Roo, Jalisco, Guerrero, Ciudad de México, Chihuahua y Veracruz.

### **2.1.2 Ciudad de Puebla**

Capital del estado que lleva el mismo nombre: la ciudad de Puebla, oficialmente nombrada Heroica Puebla de Zaragoza, fue “fundada en 1531, surgiendo en medio del caos que fue la conquista del Nuevo Mundo” (Loreto, 2001, p.21). Se sitúa a los pies del volcán “Popocatepetl”, entre la ruta comercial y cultural entre el puerto de Veracruz y la Ciudad de México, lo que la convirtió en un punto estratégico.

Es una ciudad colonial que cuenta con una amplia variedad de edificaciones que se han conservado a través de los años, como lo es la Catedral que data de los siglos XVI y XVII. Así como una gran diversidad de comida típica como los chiles en nogada y el mole poblano, y artes populares como lo es la emblemática Talavera poblana.

De acuerdo al Secretario de Desarrollo Económico y Turismo del Ayuntamiento de Puebla, Alejandro Cañedo Priesca, la ciudad de Puebla “es la segunda ciudad patrimonio de México más visitada” (Flores,2023).

### **2.1.3 Centro Histórico de Puebla**

El Centro Histórico es el corazón de la ciudad y conserva un gran valor histórico, cultural, arquitectónico, gastronómico y artesanal; lo que lo hace único. Fue “catalogado como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) en 1987” (Ayuntamiento de Puebla, s.f.).

Cuenta con una gran cantidad de inmuebles que lo enriquecen de forma histórica y cultural. La riqueza del centro abarca desde sus edificios, los cuales tienen una arquitectura colonial y se puede percibir desde el primer momento en que se admiran; los museos que se ubican en esta zona están llenos de bagaje histórico que te transportan a otra época; su gastronomía, que además de ser exquisita, única y conocida a nivel internacional, te transporta en la historia; y sus artesanías, las cuales son características y singulares del lugar.

### **2.1.4 Turismo local**

De acuerdo con Segovia (2021), el turismo local, se refiere a aquel modelo turístico que tiene como principal objetivo atraer a viajeros de un entorno cercano o a los mismos habitantes de la zona”. Tiene como principal objetivo el “sacarles provecho a los recursos, explorar atracciones y experiencias que nuestra región tiene para ofrecer”. (Polo,C.,s.f.)

Una vez mencionado esto, los proyectos turísticos que se formulen en el centro deben de ir enfocados al turismo local, para que los mismos poblanos se interesen por su cultura y que la hagan suya, y que, a través de esto, puedan empezar a apreciar toda la riqueza con la que cuenta y se convierta en una primera opción para la recreación. Por lo que parece importante “replantear la manera en que se ofertan experiencias y posibilidades de recreación”. (Ryba, M., s.f.) para salir de lo habitual y ofrecer momentos únicos y diferentes.

## 2.2 Marco Teórico

### 2.2.1 Turista y sus tipos

Un turista es aquel que “viaja hacia un sitio, por lo general, lejano a lo habitual y de forma temporal para realizar actividades de recreación, cultural, gastronómico, religioso”, de ocio, de vacaciones, entre otros. (CEUPE, s.f.).

Existen dos categorías: los locales y los foráneos. Los locales son todas aquellas personas que viven en la ciudad, zona o lugar. Mientras que los foráneos son aquellas personas que vienen de fuera, es decir, que viven en otro estado, lugar o país y visitan un lugar.

Durante el 2023, “el estado de Puebla registró 6 millones 305 mil turistas con pernocta de los cuales el 88.84% fueron residentes y 11.16% no residentes, esto representa un incremento del 21.49% con relación al año 2022” (Secretaría de turismo, 2023).



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Puebla, 2023

### 2.2.2 Patrimonio

En primer lugar, es importante mencionar que un atractivo turístico es todo aquel sitio, “objeto u acontecimiento que se vuelve de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, etc.” (CEUPE, s.f.). Por lo regular el atractivo turístico se sustenta en el patrimonio.

Una vez mencionado lo anterior, el concepto de patrimonio consiste en todo aquello que se recibe del pasado y que es digno de preservarse. Ahora bien, una vez entendido este término, se puede decir que un Patrimonio de la Humanidad son todos aquellos lugares, tradiciones, prácticas del patrimonio vivo, gastronomías, etc., que tienen un “valor universal excepcional” (UNESCO, s.f.).

“El concepto de Patrimonio de la Humanidad ha cobrado valor a partir de la degradación y destrucción, generadas por la guerra y por las transformaciones de las ciudades. En este proceso se ha perdido un gran número de edificios representativos de su cultura” (Guerrero, 2010). Por ello, la UNESCO nombra a lugares, prácticas o alimentos como Patrimonio de la Humanidad con el objetivo de que no se pierdan, sino que se promuevan y protejan, ya que son un factor importante del mantenimiento de la diversidad cultural y del sentido de pertenencia.

El estado de Puebla cuenta con cuatro inscripciones de Patrimonios de la Humanidad, entre ellas se encuentra el Centro Histórico de Puebla. Fue catalogado como bien cultural, inscrito en la lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 1987 debido a su “enorme riqueza de patrimonio edificado, su innovación urbanística, así como variedad de estilos y complejos arquitectónicos” (Revista Interdisciplinaria del INAH, 2005). Se encuentra en la lista de Patrimonios de la Humanidad gracias a la conservación del legado edificado en México. Sus

edificios narran las distintas épocas por las que el pueblo mexicano vivió, desde la conquista hasta nuestros días, volviéndolo, sin duda alguna, de valor excepcional para todos.

### **2.2.3 Principales atractivos turísticos en el centro**

Gran parte de los atractivos turísticos de la ciudad de Puebla se encuentran en el centro histórico. Destacando el Zócalo, el cual fue “uno de los primeros espacios definidos por el asentamiento español en el siglo XVI” (Loreto, 2001, p.22 ), la Catedral de nuestra señora de la Inmaculada Concepción, siendo uno de los inmuebles más importantes de la ciudad de Puebla, la Biblioteca Palafoxiana, contando con más de 43,000 libros, “constituye uno de los más importantes tesoros documentales no solo de Puebla sino de México” (Loreto, 2001,p.38), el mercado de artesanías “El Parián” en donde se encuentra una gran variedad de artesanías poblanas elaboradas a mano, así como de dulces y alimentos típicos de Puebla, también se encuentra el Museo de la Revolución o popularmente conocido como “la casa de los hermanos Serdán”, dicho museo es importante para la cultura poblana ya que se encuentra en lo que fue la casa de la familia iniciadora del movimiento revolucionario de 1910” (Loreto,2001,p.57)

### **2.2.4 Oferta recreativa**

La oferta recreativa de un lugar se basa en cómo el atractivo turístico se sustenta en el patrimonio, es decir, cómo el lugar aprovecha ese patrimonio con el que cuenta. En el caso del Centro Histórico de Puebla, la oferta recreativa es amplia, en ella destacan: museos como el Museo de la Revolución, Museo de arte popular Exconvento de Santa Rosa, en donde se dice que se preparó por primera vez el mole poblano, recorridos en turibús, “El Parián”, restaurantes donde se puede degustar la comida típica poblana, “la calle de los dulces” en donde se pueden degustar de una gran diversidad de dulces poblanos, una gran variedad de hoteles de todo tipo, así como las “Noches de leyendas”, ciertas noches del mes se realizan recorridos por el centro en donde se cuentan leyendas y hay personas caracterizadas, haciendo que la experiencia sea inmersiva. De igual forma, se cuenta con una gran variedad de iglesias con bagaje arquitectónico e histórico, en las que destaca “La Catedral”. Sin embargo, la mayoría de la oferta recreativa que se encuentra en la ciudad está dirigida a turistas que visitan por primera vez el lugar.

### **2.2.5 Casa de Albisúa**

Es un inmueble emblemático de la ciudad de Puebla que data del siglo XIX. Se encuentra ubicada en la calle 3 Oriente. 213 en el Centro Histórico de Puebla. “En sus inicios fue hogar de la familia Albisúa Fernández (de ahí deriva el nombre del inmueble), familia a la que pertenecía Josefina “Pepita” Albisúa, reconocida pintora poblana. A lo largo de sus más de 100 años de historia, ha recibido a personajes históricos como el revolucionario ruso León Trotski” (Velázquez,2022). Por ello, es considerada como patrimonio histórico.

Pasó de ser una vivienda a ser la oficina del Consejo Estatal para la cultura y las Artes de Puebla y posteriormente se buscó convertir en un museo, contando con una temporalidad muy efímera, con la finalidad de preservar la historia poblana.

Es una casona que tiene potencial de ser comercializada de forma turística gracias a su historia de más de cien años que se refleja en su arquitectura. Sus clásicos arcos, sus cuartos conectados entre sí, así como su jardín interior te remontan al siglo XIX. A pesar de contar con todas estas características históricas y arquitectónicas que la hacen única, es inmueble que no se está aprovechando ya que está cerrado al público. Es un inmueble que se puede aprovechar para

ofertar al turismo local; existen casos de éxito que cuentan con características similares a la Casa de Albisúa, lo que facilita la adaptación de ideas turísticas al inmueble.



**Imagen 2: Vista de la Casa de Albisúa por dentro  
Poblanerías (2022)**

## **2.3 Casos de éxito**

### **2.3.1 Librería Gandhi y Ocho 30**

Un ejemplo de caso de éxito de transformar un inmueble o casona en el Centro Histórico a un atractivo turístico es la manera en que la librería Gandhi y el restaurante Ocho 30 unieron esfuerzos para convertir este espacio en un lugar de relajación y disfrute. Este inmueble se aprovechó turísticamente al realizar un restaurante en el sótano de la casona, mientras que el resto del local es la librería Gandhi. El lugar está repleto de libros, haciendo de la estancia del comensal una experiencia tranquila y de disfrute total. Es una experiencia única ya que el estar degustando de los alimentos alrededor de libros, sin duda alguna vuelve la experiencia más relajante o el hecho de estar leyendo un libro mientras disfrutas tus alimentos, lo vuelve una experiencia distinta a lo común.



**Imagen 4: Vista Librería Gandhi y  
restaurante Ocho 30 por dentro  
Café con pan (2024)**



**Imagen 5: Vista Librería Gandhi y  
restaurante Ocho 30 por fuera  
Café con pan (2024)**

### **2.3.2 Museo Casa de Alfeñique**

Otro caso de éxito es esta casona característica de la ciudad de Puebla, ubicada en la 4 Oriente 412 en el Centro Histórico de Puebla; este inmueble es el “primer museo del Estado de Puebla. En él, se puede conocer de la Puebla virreinal, así como la historia de la ciudad de los Ángeles”. (Secretaría de Cultura: Museos de Puebla,2019). El museo “resguarda códices, planos, pinturas y fotografías de gran valor” (Loreto, 2001)

Con gran valor histórico y cultural, este inmueble se supo aprovechar de forma turística, volviéndolo así un museo lleno de historia, convirtiéndolo en una parada obligatoria para cualquiera que quiera adentrarse en Puebla.



**Imagen 6: Vista del Museo Casa de Alfeñique por fuera Sistema de Información Cultural: Gobierno de México (s.f.)**

### **3. Metodología**

#### **3.1 Tipo de investigación**

##### **3.1.1 Deductiva**

La investigación deductiva se caracteriza por ir de lo general a lo específico, es decir, se toman como guía estudios previos y ejemplos de caso, y con ello, el proyecto que se quiere realizar se adapta y se moldea.

##### **3.1.2 Inductiva**

La investigación inductiva es lo opuesto a la deductiva ya que se refiere a una investigación que va de lo particular a lo general, en este caso, se genera una idea nueva y original y se puede replicar en otros casos.

##### **3.1.3 Descriptiva**

La investigación descriptiva es aquella en que, como su nombre lo dice, se realiza un alto nivel de detalle del tema de investigación.

##### **3.1.4 Elección de tipo de investigación**

El tipo de investigación seleccionado para este proyecto es el deductivo-descriptivo, ya que se tomarán como ejemplo algunos casos de éxito y con base al análisis de éstos, se adaptarán algunos aspectos al proyecto para introducir elementos de innovación y creatividad y poderlo diferenciar de otros. De igual forma, será descriptivo ya que se explica a detalle lo que se pretende investigar.

#### **3.2 Métodos, técnicas e instrumentos**

##### **3.2.1 Métodos**

###### **3.2.1.1 No intervención**

Este método se refiere a que no se interviene, ni se modifica, ni se influye en el proceso de la metodología, sino que los resultados se obtienen de forma “natural”.

### **3.2.1.2 Mediana intervención**

En este método no se interviene de forma directa, el elemento a analizar no sabe que está siendo intervenido. Se modifica el ambiente de alguna manera para comprobar alguna hipótesis sin intervenir directamente con el objeto de estudio.

### **3.2.1.3 Intervención**

En el caso de este método, el objeto de estudio es intervenido y esto como resultado influye y modifica directamente. Se toma parte en la investigación.

### **3.2.1.4 Elección de métodos**

En este proyecto se utilizarán métodos de mediana intervención y de intervención. De mediana intervención a través del método inmersivo y de intervención, gracias a las entrevistas con los expertos en la materia.

## **3.2.2 Técnicas**

### **3.2.1 Entrevista semiestructurada**

Se realizará una entrevista semi estructurada a dos expertos en la materia: a Berenice Vidal Castelán, Gerente del Centro Histórico y Patrimonio Cultural de Puebla y Carlos Huerta, Director de Turismo de la ciudad de Puebla. En dichas entrevistas se abordarán temas como: diferenciación del centro histórico de Puebla de los demás, oferta recreativa que ofrece y si hay dirigida al turismo local, turismo local en el centro, así como las acciones que están llevando a cabo desde su institución, entre otros.

### **3.2.2 Experimentación- método inmersivo**

Como método de mediana intervención, se realizará una experimentación inmersiva, en donde se comprobará la información que los expertos den en la entrevista.

## **3.2.3 Instrumentos**

### **3.2.3.1 Instrumento de la entrevista**

#### **ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Fecha de la entrevista:**

**Lugar:**

**Hora:**

**Entrevistado:**

#### **Temas a abordar:**

- Diferenciación del centro histórico de Puebla de los demás
- Oferta recreativa que tiene el centro
- Turismo local en el centro

**Preguntas:**

1. ¿Qué me puede decir del centro histórico de Puebla?

2. ¿Qué diferencia al centro histórico de los demás patrimonios de la humanidad?
3. ¿Qué oferta turística y recreativa hay en centro?
4. ¿Qué atractivos turísticos del centro llaman más la atención?
5. ¿Cuántas personas visitan el centro histórico de Puebla?
6. De esas, ¿cuántos son locales y cuantos extranjeros?
7. ¿Qué tipo de turismo visita más el centro?
8. ¿Como definiría el turismo local?
9. ¿Qué oferta turística y recreativa en el centro histórico va dirigida al turismo local?
10. ¿Existe interés por parte del turismo local hacia el centro histórico de Puebla?
11. ¿Qué se hace distinto a otros años, respecto al turismo local?
12. ¿En dónde se puede ver el cambio?
13. ¿Qué acciones considera que se deberían de tomar, según su *expertise*, para volver al centro histórico atractivo para los locales?
14. ¿Cuáles son los desafíos que tiene el centro para atraer a los locales?
15. ¿Se hace difusión hacia las actividades a locales?
16. Para concluir la entrevista, ¿Qué recomendaciones daría para propiciar el turismo local en el centro histórico de Puebla?

### **3.2.3.2 Instrumento de la experimentación**

Se analizará si realmente existe una oferta recreativa para los locales en distintos atractivos turísticos y si es interesante para ellos, a través de experiencia propia. Se visitarán sitios que mencionen los expertos y se verificará si realmente son los más interesantes para los poblanos.

Como se mencionó anteriormente, se tiene como limitante el acceso al inmueble seleccionado como caso de estudio para conocerlo y analizarlo ya que no se puede ingresar a éste. Por lo que la información que ha sido recolectada acerca de la Casa de Albisúa es información que se encuentra en línea, y con ello se genera una idea a grandes rasgos sobre las características con las que cuenta.

## **3.3 Universo, población y muestra**

### **3.3.1 Universo**

El universo que será analizado y muestreado dentro de este proyecto es el Centro Histórico de Puebla, ubicado en el estado de Puebla.

### **3.3.2 Población**

Debido a que la zona del Centro Histórico es muy amplia y tiene una gran variedad de calles que llegan a él, es complejo tener una medición exacta de las personas que ingresan. No hay datos oficiales y generar una herramienta para poder hacer un análisis es complejo por la logística que implica. Por otro lado, el contar con los números no arroja información valiosa, ya que esto no dice las motivaciones ni actividades que la gente tiene o hace en el centro. El propósito de este proyecto es analizar la oferta recreativa en el Centro Histórico y para ello se realizarán las entrevistas.

### 3.3.3 Muestra

#### 3.3.3.1 Muestra cualitativa

Se seleccionó a dichos expertos ya que cada uno tiene cierto conocimiento en ámbitos del turismo local y del centro histórico de Puebla. Se seleccionó a Berenice Vidal, gerente de del Centro Histórico y Patrimonio Cultural de Puebla, ya que ella conoce de primera mano los desafíos y oportunidades que tiene el centro. Mientras que, Carlos Huerta, Director de Turismo, tiene conocimiento del turismo de la zona, las maneras en que fluctúa y las acciones que se están implementando dentro del ámbito turístico.

#### 3.3.3.2 Método de selección aleatoria

A través de la experimentación, se analizará qué tipo de turismo visita los atractivos turísticos más famosos dentro del centro histórico y visualizar si el turismo local se ve interesado en éstos, con el propósito de contrastar la información que se obtuvo de las entrevistas, con la experiencia propia.

## 4. Resultados

Se presentan aquí los resultados organizados a partir de los diferentes criterios de análisis.

### 4.1 Cualitativos de Entrevista semi estructurada:

#### Temas que se abordaron:

- Diferenciación del centro histórico de Puebla de los demás patrimonios de la humanidad
- Oferta recreativa
- Turismo local en el centro histórico
- Retos y desafíos del centro histórico
- Acciones que realiza el gobierno actual

Las transcripciones de las entrevistas se presentan en el anexo. En el siguiente apartado se habla de lo que cada entrevistado comentó respecto a un tema en específico.

### 4.2 Método de selección aleatoria

#### Diferenciación del centro histórico de los demás

**Berenice Vidal:** “Puebla tiene valor universal excepcional, su traza urbana, la arquitectura, patrimonio edificado, la mezcla de estilos entre europeos y mano de obra indígena, empleo del azulejo o talavera. La mayoría de los inmuebles están completos, sus patios y pinturas de los inmuebles asociada a los pigmentos de la época”

**Carlos Huerta:** “Los principales atractivos que se promocionan se encuentran dentro del Centro Histórico de la capital y que se puede decir que están en un rango no mayor a un kilómetro o dos”

**Elena Sosa:** Al recorrer las calles del centro, se puede notar la gran variedad de inmuebles edificados que se encuentran en la zona, unos completos y cuidados, y otros, un poco dañados o sin mantenimiento. La arquitectura del centro es colonial y única. La mayoría de los inmuebles cuentan con azulejos. Por otro lado, a través de la experimentación no se tomó mucho tiempo

llegar a los principales atractivos del centro, ya que se encuentran cerca uno de otro y, se pueden visitar caminando, sin necesidad de traslado en un mismo día.

### **Oferta recreativa**

**Berenice Vidal:** “La Catedral es el que más se visita, no solo en la ciudad, sino en el estado de Puebla” “Definitivamente la oferta turística radica a partir de todo su patrimonio, desde visitar la Biblioteca Palafoxiana, visitar la Catedral, comer en la calle, pero también hospedarse dentro de un hotel económico que toma lugar dentro de un inmueble histórico, Puebla en sí es una experiencia, más que oferta recreativa es una oferta cultural.”

**Carlos Huerta:** “el mayor ícono es la Catedral de Puebla, también tenemos el Palacio Municipal, y la Biblioteca Palafoxiana”

**Elena Sosa:** Los entrevistados comentaron que el principal atractivo es la Catedral de Puebla, se visitó para ver la afluencia de locales y extranjeros. Fue un Miércoles a la 1 pm aproximadamente, y a pesar de ser entre semana había una gran cantidad de locales rezando, admirando su interior, mientras que un porcentaje mayor eran extranjeros, tomando fotos, hablando en inglés o incluso en un recorrido con un guía.

### **Turismo local**

**Berenice Vidal:** “Por supuesto, es atractivo para locales, nacionales e internacionales, de ahí lograr mediar y transmitir ese valor universal excepcional es tarea de muchos, es tarea del museo, de la Gerencia del Centro Histórico, de la Secretaria de Turismo, tarea de cultura, el cual es su mayor objetivo, seguir transmitiendo y fomentando la vida cultural de la ciudad”

**Carlos Huerta:** “No tenemos la medición del centro histórico. Varían de mes en mes, pero en promedio recibimos 300 mil turistas al mes. En el 2023, recibimos 3.143.000 turistas, lo que convierte en el año con mayor llegada de turistas en toda la historia de la ciudad de Puebla. El 83% de ellos es turismo nacional, principalmente de: el estado de México, la ciudad de México, Veracruz, Oaxaca, Hidalgo, Tlaxcala. Entre el 15% y el 17% es turismo internacional, principalmente de Estados Unidos, Canadá, Colombia, y de Alemania y Francia.”

**Elena Sosa:** Desde la experimentación, se notó que en el Zócalo y calles cercanas había varios grupos de extranjeros y un gran grupo de asiáticos. Muchos locales sentados en la plaza del Zócalo, disfrutando del día, platicando o tomándose un café. Dentro de la Catedral se observaron varios turistas nacionales, ya que estaban tomando fotos, con mochilas, hablando español con acentos diferentes y algunos con guías.

### **Retos y desafíos del centro histórico**

**Berenice Vidal:** “Nuestro turismo es cultural, y debemos de estar trabajando siempre en un turismo sostenible. Venimos a mitigar el impacto, porque recibir 5 millones de visitantes al año se traduce en residuos sólidos, transporte turístico foráneo que se traslada en zona de monumentos y que tiene un desgaste en los pavimentos porque es un transporte pesado, tratamos de trabajar con otras dependencias para regular y conservar.”

**Carlos Huerta:** “Cuando nosotros entramos a la administración, el principal reto era la imagen de inseguridad que había en el Centro Histórico, la antigua administración permitió que hubiera una cantidad enorme de ambulantes, y eso generaba una imagen negativa de inseguridad. El

principal reto, generar y comunicarles a los poblanos que el centro había cambiado, que ya es seguro. Buscamos generar actividades que llamen la atención de los jóvenes, porque ahí es donde tenemos mayor resistencia. Las claves son dos: una son actividades de calidad, que sean llamativas y diferentes. La segunda es promoción. Teniendo buenas actividades y promoviéndolas solita llega la gente. Por normativa, todas las actividades que nosotros hagamos son gratuitas; también es importante que sean accesibles. Otro es el tema del presupuesto. Tristemente no se tienen los presupuestos suficientes como para promocionarlo. No hay un video como tal realizado en donde te pueda mostrar acerca de las actividades, pero también creo que hay un desinterés, por toda la comunicación que tenga el gobierno con los jóvenes; tú ves algo del gobierno y no lo sigues. Nosotros tenemos que ver de qué forma generar el contenido que les interese y que les haga llegar a ustedes, pero para eso necesitamos presupuesto y gente que sepa de redes”

**Elena Sosa:** En las calles aledañas al Zócalo se observó que ya no había ambulantes y no se percibió un sentimiento de inseguridad al caminar por el centro, al menos de día. En el Zócalo hay varios turibuses que salen de ahí para iniciar sus recorridos. Había varios autobuses de turistas extranjeros. Por el contrario, hay varias alcantarillas tapadas de hojas. Varias de las actividades que se hacen en el centro, se desconocían, hasta que se tuvo la entrevista con Carlos Huerta, por lo que se observa una falta de difusión.

### **Acciones que realiza el gobierno actual**

**Berenice Vidal:** “Le hemos dado continuidad a la Revista Cuextlacoapan, para difundir el patrimonio. Hacemos dos talleres, uno es “Patrimonio reavivado” y otro es “Mi barrio, mi patrimonio”; “Mi barrio, mi patrimonio” es a través de juego, actividades lúdicas, está dirigido a un público infantil de 8 a 12 años, el primer año lo hicimos en varios barrios, el segundo a zonas más periféricas que tiene la ciudad con la intención de difundir allá donde no se tiene tanto contacto con el Centro Histórico, la gran sorpresa que nos dimos es que casi todos los niños conocen el centro, casi todos han venido al zócalo, este año nos vamos a las escuelas primarias con este taller. Identificamos que muchas personas que viven en el centro histórico y que sus inmuebles empiezan a presentar un deterioro, no saben cómo tratar sus deterioros. El taller Patrimonio reavivado, surge ante esta inquietud. También está “casa abierta”, nosotros vamos al barrio, es una oficina temporal que abre la gerencia con poco personal, con casi nulo presupuesto, porque lo que buscamos es que alguien nos abra las puertas de algún local, cochera, patio, que nos puedan prestar, ahí explicamos a los vecinos qué es lo que vamos a hacer, permitiéndonos crear un puente y hacemos con ellos un mapeo para identificar necesidades del barrio. Todo esto lo para difundir y conservar ese valor universal excepcional de la mano de los habitantes.”

**Carlos Huerta:** “Buscamos hacer actividades en cada una de las temporadas vacacionales, actividades sí enfocadas para que los turistas que están aquí los visiten, pero la gran mayoría de esas actividades son visitadas por poblanos. Una de las principales actividades que usamos durante todo el año es el programa Noche de Museos. Por otro lado, todos los días hasta el sábado 20 de Abril a las 8, 8.30 y 9 pm hay proyección de videomapping en el Palacio Municipal, que muestra historias de la ciudad de Puebla. Nunca se había hecho y ha jalado muchísimo, está únicamente durante algunas temporadas especiales. El chiste es siempre comunicar que hay actividades, todos los jueves en el Zócalo, son jueves de mariachi, se toca música para amenizar el centro; esto que estoy haciendo contigo de informarte es romper con la

resistencia que hay en venir al Centro Histórico. Hoy es una política de reactivación económica, la gente viene al centro, vienes a ver un museo, pero ya después te quedas a echar un helado o a comer un churro, ya te quedas acá. A través de romper esta resistencia y generar actividades en el centro histórico, haces que los poblanos regresen y se sientan nuevamente orgullosos de sus raíces. Recuperamos el festival: “La muerte, es un sueño”, también el corredor de ofrendas generó que muchísimos poblanos quisieran ver las ofrendas aquí en el centro histórico. También en las Noches de Museos hay callejoneadas”

**Elena Sosa:** El Sábado 20 de Abril se experimentó la proyección del videomapping llamado “Puebla, Ciudad de Guardianes”, con motivo de celebración del 493 Aniversario de la fundación de Puebla. Este videomapping transmite la historia de Puebla, de dónde viene su nombre, su fundación y las costumbres y tradiciones que caracterizan a la ciudad de los Ángeles. Dentro de esta proyección también se transmite la importancia de cuidar el patrimonio y ciudad y fungir como “guardianes” “de estos, para que no solo los poblanos lo conozcan, sino todo el mundo. Dicha actividad fue gratuita. Muchas personas se interesaron por dicha proyección, entre ellos locales, nacionales y extranjeros. La gran mayoría eran locales.

Después de haber realizado las entrevistas y el análisis del turismo local en el centro, se ha llegado a reconocer que existen inmuebles en desuso que no se aprovechan como algunas casonas y que cuentan con un alto potencial, como lo es la Casa de Albisúa, que, a pesar de tener potencial histórico no se está aprovechando ya que es un inmueble al que no se puede acceder y no se le hace uso alguno. Además, se tienen casos de éxito como la Casa de Alfeñique y la librería Gandhi con el restaurante Ocho 30, que son igual casonas y se están aprovechando turísticamente.

## 5. Conclusiones

Después de realizar la investigación pertinente y con base a la información recopilada, se pueden destacar puntos relevantes. De acuerdo con Carlos Huerta, Director de Turismo del H. Ayuntamiento de Puebla, Puebla es el sexto destino a nivel nacional más visitado, compite directamente con los destinos de playa. A pesar de que no se cuenta con una medición exacta de la cantidad de turistas y visitantes que acuden al centro, Carlos Huerta menciona que llegan aproximadamente a la ciudad de Puebla 300,000 personas al mes, siendo la Catedral, uno de los principales atractivos turísticos por el que las personas visitan el centro histórico de Puebla. Después de tener una experiencia propia, la Catedral es uno de los atractivos más visitados en el centro, ya que a pesar de ser un día entre semana y sin temporada vacacional, había turistas nacionales, internacionales e incluso locales dentro del recinto. Además, en el centro se pudieron observar muchos turistas extranjeros, paseando por las calles, tomando fotos, así como nacionales y poblanos sentados en el zócalo disfrutando del día. Por lo que, el centro histórico sí es un lugar muy visitado y atrae todo tipo de turistas.

Ahora bien, los entrevistados mencionaron las acciones que se están realizando en su gobierno con el propósito de atraer a los locales al centro histórico. Varias de estas actividades son el videomapping en el Palacio Municipal, la Noche de museos, los jueves de mariachi y el corredor de ofrendas, por mencionar algunos. Si bien, son actividades que van dirigidas al turismo local, que se ha visto que han tenido auge y que son interesantes para el mercado meta, algo que tienen en común es que no son actividades permanentes, sino, temporales.

Algunas de las actividades que se realizan dirigidas hacia el turismo local son temporales, lo que de cierta manera no permite el interés constante hacia el centro. Por otro lado, existe una gran variedad de inmuebles o casonas en desuso como lo es la Casa de Albisúa que cuentan con potencial histórico, arquitectónico y cultural para ser aprovechados, pero que no se usan. Además, se tienen casos de éxito como la librería Gandhi y el restaurante ocho 30 y la Casa de Alfeñique que se han aprovechado de forma turística y que se han vuelto populares.

Por otro lado, Berenice Vidal mencionaba que se están haciendo programas como: “Mi barrio, mi patrimonio” que van enfocados a los niños de periferias al centro, y los resultados que obtuvieron fueron que casi todos han visitado el Centro Histórico, lo que quiere decir que sí hay un interés de locales hacia el Centro Histórico de Puebla. Otro punto que mencionaba es el hecho de que gran parte de los inmuebles en el centro están completos y esto refleja el gran patrimonio cultural, histórico y arquitectónico con el que cuenta el centro. Además, varios museos importantes son casas museos, un claro ejemplo es la Casa de Alfeñique y otras casonas que se han aprovechado de distintas maneras como la librería Gandhi y el restaurante ocho 30, que se encuentran dentro de una casona, así como hoteles que están en un inmueble histórico como de este tipo.

Mencionado todo esto, podemos resaltar, que verdaderamente existe un interés de parte de los locales hacia el centro histórico de Puebla, así como las actividades que se ofertan dirigidas hacia este turismo, sin embargo, la falta de promoción es una de las principales razones por las cuales las personas no se enteran de estas y no asisten. De igual forma, existe una resistencia de los jóvenes y es importante generar actividades que sean atractivas para este segmento.

Finalmente, es importante mencionar que el transmitir el valor excepcional que tiene el Centro Histórico de Puebla es tarea de muchos y es importante que se trabaje en conjunto para poder generar estrategias o atractivos turísticos que vayan dirigidos hacia el turismo local y que, además, siguiendo con esto de transmitir el valor del patrimonio, se ocupen inmuebles en desuso para alcanzar estas metas.

## **6. Anexos:**

### **Berenice Vidal: Gerente del Centro Histórico de Puebla**

“Puebla tiene valor universal excepcional, la arquitectura, patrimonio edificado, la mezcla de estilos entre europeos y mano de obra indígena, el empleo del azulejo o talavera. La mayoría de los inmuebles están completos, sus patios y pinturas de los inmuebles asociada a los pigmentos de la época. El mayor atractivo que tiene Puebla es su patrimonio cultural. La Catedral es el monumento que más se visita, no sólo en la ciudad, sino en el estado de Puebla. Definitivamente la oferta turística radica a partir de su patrimonio, Puebla en sí es una experiencia. Museos importantes, que son casas museos, como la Casa de Alfeñique, que fue el primer museo del estado de Puebla. Otras áreas que te permiten vivir la ciudad son el barrio del artista, el parían y el callejón de los sapos. Como tal el inmueble no está diseñado para un público en específico. La clave, y este es un reto es en la mediación del patrimonio, difusión en el comunicar siempre estos valores. El centro es atractivo para locales, nacionales e internacionales, de ahí lograr mediar y transmitir ese valor universal excepcional es tarea de muchos, es tarea del museo, de la gerencia del Centro Histórico, de la Secretaria de Turismo, tarea de cultura, el cual es su mayor objetivo, seguir transmitiendo y fomentando la vida cultural de la ciudad. Nuestro turismo es cultural, y debemos de estar trabajando siempre en un turismo sostenible. Nosotros venimos a mitigar el

impacto, porque recibir 5 millones de visitantes al año se traduce en residuos sólidos, transporte turístico foráneo que se traslada en zona de monumentos y que tiene un desgaste en los pavimentos porque es un transporte pesado, tratamos de trabajar con otras dependencias para regular y conservar. Un programa al que le hemos dado continuidad es la Revista Cuextlacoapan, para difundir el patrimonio. Otra cosa que implementamos son los talleres, uno es patrimonio reavivado y otro es Mi barrio, mi patrimonio, es a través de juego, actividades lúdicas, está dirigido a público infantil de 8 a 12 años. El primer año lo hicimos en varios barrios, el segundo a zonas más periféricas que tiene la ciudad, con la intención de difundir allá donde no se tiene tanto contacto con el centro histórico a diferencia de los que vivimos en el centro histórico, la gran sorpresa que nos dimos es que casi todos los niños conocen el Centro Histórico, casi todos han venido al zócalo. Identificamos que muchas personas que viven en el centro histórico y que sus inmuebles empiezan a presentar un deterioro, no saben cómo tratar sus deterioros. El taller patrimonio reavivado, surge ante esta inquietud. Otro punto es casa abierta, nosotros vamos al barrio, es una oficina temporal que abre la gerencia con poco personal, con casi nulo presupuesto, porque lo que buscamos es que alguien nos abra las puertas de algún local, cochera, patio, que nos puedan prestar, ahí explicamos a los vecinos qué es lo que vamos a hacer. Nos permite con crear un puente, con ese puente, vamos con otros temas, porque hacemos con ellos un mapeo para identificar necesidades del barrio, todo esto que hacemos es para difundir y conservar ese valor universal excepcional de la mano de los habitantes.”

### **Carlos Huerta- Director de Turismo de la ciudad de Puebla**

“Los principales atractivos que se promocionan se encuentran dentro del Centro Histórico y que que están en un rango no mayor a un kilómetro o dos. Hoy muchos turistas a nivel internacional y europeos principalmente buscan destinos en donde se fomente el tema de lo sustentable, el buscar disminuir la menor cantidad de traslados. El mayor ícono es la Catedral de Puebla, también tenemos el Palacio Municipal, y la Biblioteca Palafoxiana, la calle de los dulces, el Museo de la Revolución. Podemos ir al barrio del Artista, al Parián, y de regreso pasar por el callejón de los Sapos, hoy en día uno de los atractivos turísticos más visitados por los visitantes que vienen. La psicología del viajero hoy en día es buscar lugares en donde puede salir bien para subirla a tus redes y mostrarlo. No tenemos la medición del Centro Histórico. En promedio recibimos 300 mil turistas al mes. A lo largo del año pasado, en el 2023, todo el año lo que recibimos fueron 3.143.000 turistas, lo que convierte en el año con mayor llegada de turistas en toda la historia de la ciudad de Puebla. 83% es turismo nacional, principalmente del estado de México y la ciudad de México es el mayor rango, de Veracruz, Oaxaca, Hidalgo, Tlaxcala. Cada temporada varía el porcentaje, pero aproximadamente entre el 15% y el 17% es turismo internacional, principalmente de Estados Unidos, Canadá, Colombia, y de Alemania y Francia. En cada una de esas temporadas buscamos hacer actividades sí enfocadas para que los turistas que están aquí los visiten, pero la gran mayoría de esas actividades son visitadas por poblanos. Una de las principales actividades que usamos durante todo el año es el programa Noche de Museos. Lleva más de 2.200.000 visitantes en estos 12 años, es una cantidad importante de turistas y el año pasado, en octubre, tuvimos el récord en cinco horas, 43,000 personas visitaron los museos de Puebla. El año pasado, una de las actividades más exitosas fue el recorrido por el Panteón Municipal de noche, eran recorridos culturales y enfocados en las historias y leyendas de los personajes icónicos en el panteón, llegamos a tener más de 100,000 poblanos. En Semana Santa, una de las principales actividades fue el recorrido por el antiguo Vía Crucis. Al inicio de la administración, el principal reto era la imagen de inseguridad que había en el Centro Histórico, la

antigua administración permitió que hubiera una cantidad enorme de ambulantes, y eso generaba una imagen negativa de inseguridad al Centro Histórico. El principal reto, generar y comunicarles a los poblanos que el centro había cambiado, que ya es seguro, que vieran que estaba libre de ambulantes, libre de basura y de mala imagen. Empezamos a generar actividades, por ejemplo, todos los días hasta el Sábado 20 de abril a las 8, 8.30 y 9pm hay proyección de videomapping en el Palacio Municipal, que muestra historias de la ciudad de Puebla. Esto nunca se había hecho y ha jalado muchísimo, está únicamente durante algunas temporadas especiales. El chiste es siempre comunicar que hay actividades; todos los jueves en el zócalo, son jueves de mariachi, eso que estoy haciendo contigo de informarte, es romper con la resistencia que hay en venir al Centro Histórico. A través de romper esta resistencia y generar actividades en el centro, haces que los poblanos regresen y se sientan nuevamente orgullosos de sus raíces. Recuperamos un festival llamado: “La muerte, es un sueño”, también el corredor de ofrendas generó que muchísimos poblanos quisieran ver las ofrendas aquí en el Centro Histórico. En las Noches de Museos hay callejoneadas. Los adultos ya conocen el centro, tienen su percepción de él, pero la idea es crear. Buscamos generar actividades que llamen la atención de los jóvenes, porque ahí es donde tenemos mayor resistencia. Las claves son dos: actividades de calidad, que sean llamativas y diferentes. La segunda es promoción. Teniendo buenas actividades y promoviéndolas solita llega la gente. Todas las actividades que nosotros hacemos son gratuitas; que también es importante que sea accesible. Un gran reto es el tema del presupuesto. No se tienen los presupuestos suficientes como para promocionarlo. No hay un video como tal realizado en donde te pueda mostrar acerca de las actividades, pero también creo que hay un desinterés, por toda la comunicación que tenga el gobierno con los jóvenes. Tenemos que ver de qué forma generar el contenido que les interese y que les haga llegar a ustedes, pero para eso necesitamos presupuesto y gente que sepa de redes”.

### Referencias:

- Ayuntamiento de Puebla. (s.f.) *Puebla ciudad patrimonio*. Ayuntamiento de Puebla. <https://centrohistorico.pueblacapital.gob.mx/puebla-ciudad-patrimonio>
- BUAP (s. f.). *Puebla*. BUAP. <https://desarrollointernacional.buap.mx/?q=content/puebla-nuestro-estado>
- CEUPE (s.f.) *¿Qué es un atractivo turístico? tipos ejemplos e importancia*. CEUPE <https://www.ceupe.com/blog/atractivo-turistico.html>
- CEUPE (s.f.). *¿Qué es un turista? Concepto, características y tipos*. CEUPE. <https://www.ceupe.com/blog/turista.html>
- Editorial Etecé (2022, 02 Febrero) *Patrimonio- Concepto, acepciones, tipos y características*. Concepto. <https://concepto.de/patrimonio/>
- Flores, M. (2023, 02 Diciembre). *Puebla capital se convierte en la segunda ciudad más visitada en México*. El Sol de Puebla. <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/puebla-capital-se-convierte-en-la-segunda-ciudad-mas-visitada-en-mexico-11091981.html>
- Fundación Jenkins (s. f.). *Centro Histórico de Puebla, Patrimonio Cultural de la Humanidad*. Fundación Jenkins. <https://www.fundacionjenkins.org/acciones/centro-historico-de-puebla#:~:text=En%201987%2C%20el%20Centro%20Hist%C3%B3rico,la%20Humanidad%20por%20la%20UNESCO>.
- Gobierno de México. (s.f.) *Museo Regional Casa del Alfeñique*. Secretaría de Cultura/Sistema de Información Cultural. [https://sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table\\_id=2176](https://sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=2176)

- Guerrero, J. (2010). *El turismo cultural, como factor de difusión y conservación del patrimonio edificado e impulso a la competitividad de las ciudades: Centro histórico de la Ciudad de Puebla* (1.<sup>a</sup> ed.).
- Guzmán, L. (2021, 06 Septiembre). *Sitios y tradiciones de Puebla que son Patrimonio Cultural por Unesco*. Ángulo 7. <https://www.angulo7.com.mx/2021/turismo/sitios-y-tradiciones-de-puebla-patrimonios-culturales/381649/>
- Loreto, R. (2001). *La ciudad de Puebla* (3.<sup>a</sup> ed.). Nueva Guía.
- Market Data México. (s. f.). *Perfil sociodemográfico: Colonia Res Cortijo De San Andres Bosques De Angelopolis, Puebla, en Puebla*. Market Data México. <https://www.marketdatamexico.com/es/article/Perfil-sociodemografico-Colonia-Res-Cortijo-De-San-Andres-Bosques-De-Angelopolis-Puebla-Puebla#:~:text=Se%20contabilizan%20137%20personas%20por,de%20mayor%20ingreso%20en%20Puebla.>
- México Desconocido. (s.f.). *La Catedral de Puebla, ¿cuándo se creó y cuál es su historia?*. México Desconocido. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/catedral-de-puebla.html>
- Milenio (2023, 04 Noviembre) *Puebla, patrimonio de la humanidad abierto para 26 millones de turistas*. CONCANACO SERVYTUR MÉXICO. <https://www.concanaco.com.mx/turismo/notasdeinteres/puebla-patrimonio-de-la-humanidad-abierto-para-26-millones-de-turistas#:~:text=Aunado%20a%20lo%20anterior%2C%20Puebla,la%20entidad%20en%20el%20mapa.>
- Polo,C. (s.f.). *Descubre el puesto del director de hotel, el mejor remunerado del sector*. Euroinnova International Online Education. <https://www.euroinnova.mx/blog/turismo-local>
- Redaccion. (2023, 6 julio). *El turismo local, fuente de creación de empleo*. RRHH Digital. <https://www.rrhhdigital.com/editorial/158841/El-turismo-local-fuente-de-creacion-de-empleo/>
- Ryba,M. (s.f.) *Revalorizar regiones con el aporte del turismo de cercanía*. Área urbana. <https://areaurbana.com/revalorizar-regiones-con-el-aporte-del-turismo-de-cercania/#:~:text=El%20turismo%20de%20cercan%C3%ADa%20surge,de%20recreaci%C3%B3n%20y%20experiencias%20familiares.>
- Secretaría de Cultura: Museos de Puebla (2019) *Museo Regional de Alfeñique* Gobierno de Puebla. <https://museospuebla.puebla.gob.mx/museos/item/139-museo-regional-casa-del-alfenique>
- Secretaría de Turismo: Gobierno de Puebla (2023) *Indicadores básicos de la actividad turística en Puebla Año 2023* Secretaría de turismo. [www.visitpuebla.mx](http://www.visitpuebla.mx)
- Segovia, C. (2021, 30 Marzo). *Incentivar el turismo local con la realidad aumentada*. 2iXR. <https://2ixr.com/blog/incentivar-el-turismo-local-con-la-realidad-aumentada/>
- Turismo Puebla. (s.f.). *Planos y mapas de Puebla - Guía de Puebla de Zaragoza | México*. <https://www.turismopuebla.es/planos-y-mapas-de-puebla>
- UNESCO Patrimonio mundial. (s.f.). UNESCO. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial>
- Valencia Valera, V. H. (2005). *El Centro Histórico de la ciudad de Puebla como patrimonio mundial: impacto social y conservación*. Antropología. Revista Interdisciplinaria Del INAH, (76–79). <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/antropologia/article/view/2939>

Vanessa. (2024, 18 Abril). *Qué Hacer en Puebla: 25 mejores Cosas que Ver*. Voyage Mexique. <https://www.voyagemexique.info/es/puebla/>

Velázquez,C. (2022, 03 Agosto). *Casa de Albisúa: Emblemática construcción del siglo 19*. Poblanerías En Línea. <https://www.poblanerias.com/2022/08/casa-de-albisua-historia/>

Victorica,A. (2023, 01 Noviembre). *¿Qué estados de México tienen más turistas?* Líder Empresarial. <https://www.liderempresarial.com/que-estados-de-mexico-tienen-mas-turistas/>