

CAPITULO ECONÓMICO II

DESARROLLO Y CRECIMIENTO SUSTENTABLE

Texto Institucional: TURISMO

Durante el primer año de la administración del Gobernador Mariano González Zarur, la Secretaría de Turismo del Estado se ha concentrado en establecer las bases de trabajo institucional para revertir la caída sistemática de la actividad turística que Tlaxcala ha sufrido durante los últimos años.

Actualmente la SECTURE realiza actividades de promoción de ferias, exposiciones, eventos, tanto al interior como al exterior del Estado; también efectúa actividades de capacitación a prestadores de servicios, atención al turista y elaboración de estadísticas del sector; finalmente realiza acciones de gestión ante autoridades federales, municipales e iniciativa privada para obtener recursos e invertirlos en infraestructura turística del Estado, este último logrado a través del Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos entre el Gobierno del Estado y la Secretaría de Turismo Federal.

I. MARCO INTRODUCTORIO

Efectivamente, de 2005 a 2010 los siguientes indicadores han descendido en magnitudes importantes:

- a. Flujo de turistas: de 416 mil a 255 mil.** Esto representa una **caída de cerca del 40 por ciento en los últimos cinco años.**
- b. Ocupación hotelera: de 47 por ciento a 31 por ciento,** lo cual representa un **descenso de alrededor de 35 por ciento.**

Por su parte, el índice de pernocta ha permanecido en 1.3 noches por turista, con variaciones mínimas a lo largo de los últimos 5 años.

- En materia de infraestructura turística, el estado de Tlaxcala cuenta con 199 hoteles y moteles, lo cual representa una capacidad de 3,724 habitaciones. En el caso de la ciudad de Tlaxcala, se cuenta con 33 y 731 habitaciones, respectivamente.
- Por su parte, el gasto promedio diario por turista, registrado en diciembre de 2010 fue de \$670 por turista nacional y de \$860 por extranjero.

- Tlaxcala no ha logrado posicionarse como destino turístico de acuerdo a su potencial debido a diferentes razones. Entre las más evidentes se encuentran la necesidad de incrementar su oferta hotelera y restaurantera, pero también esfuerzos de promoción insuficientes y dispersos. De modo importante, en relación a esta problemática, también destaca la necesidad de contar con mayor gama de productos turísticos, con el fin de agregar valor a los atractivos turísticos con los que ya cuenta el estado.
- Para posicionar el estado en materia turística, SECTURE se concentrará especialmente en Cacaxtla, ciudad de Tlaxcala y Huamantla. Sin embargo, de existir atractivos con potencial turística en otras ubicaciones del estado, también se prestará atención a ellos.
- SECTURE trabajará de modo muy cercano a los prestadores de servicios, dado que es la única forma de reactivar el sector turístico en el estado. La campaña de promoción “Estado de Tlaxcala, ni te imaginas... descúbrela!”, con la participación de 38 empresarios, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Delegación Federal de la Secretaría de Economía es una muestra del trabajo conjunto que fomentará la SECTURE con los actores de la industria turística.
- El presente reporte presenta las principales actividades que SECTURE ha desarrollado en los meses de enero y hasta parte de octubre de 2011, distribuidas en tres secciones, según el propio organigrama de la Secretaría (planeación, operación y promoción).

II. PLANEACIÓN TURÍSTICA

Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos 2011 (Programa de “Imagen Urbana”)

Se firmó con la Secretaría de Turismo Federal un convenio de apoyo a la infraestructura turística, denominado Convenio de Coordinación y Reasignación de Recursos (CCRR). El CCRR se firma cada año desde el 2002. En este año, el recurso comprometido es uno de los mayores desde que el Estado ha firmado este instrumento. El CCRR 2011 se integra por 8 proyectos, de los cuales 7 corresponden a ejecución de obra y uno a capacitación. Para 2011 se firmó un convenio por 38.5 millones de pesos con el Gobierno Federal, mismos que se igualaron por parte del gobierno estatal, más la aportación municipal de Huamantla por 1 millón 600 mil pesos. La cantidad resultante es de 78 millones 600 mil pesos. La ejecución de las obras corren a cargo de la Secretaría de Obras Públicas, Desarrollo Urbano y Vivienda.

Programas y/o Proyectos de Desarrollo Turístico 2011

Núm.	Programa / Proyecto	Importe
1.	4ª Etapa Programa Huamantla Pueblo Mágico.	\$4,500,000.00
	• Restauración y acondicionamiento del patio de la Ex-colecturía para exposición de arte efímero.	\$ 900,000.00
	• Rescate arquitectónico del Teatro Principal.	\$3,600,000.00
2.	3ª Etapa del Desarrollo Ecoturístico en el Parque Nacional "La Malinche".	\$1,000,000.00
3.	2ª Etapa de Mejoramiento de la Infraestructura Turística de Tlaxcala y su área conurbada (Tlaxcala).	\$2,850,000.00
	• Aseguramiento de la torre y mejoramiento de imagen urbana de la plazuela de la Capilla del Vecino.	\$2,000,000.00
	• Rehabilitación de la imagen urbana de la capilla del Pocito.	\$850,000.00
4.	2ª Etapa de Mejoramiento de la Infraestructura Turística de Tlaxcala y su área conurbada (Totolac).	\$5,950,000.00
	• Mejoramiento de la imagen urbana y rehabilitación de puente peatonal en el acceso del trébol.	\$3,250,000.00
	• 1ª Etapa rehabilitación de empedrado del camino a la zona arqueológica de Tepeticpac.	\$2,700,000.00
5.	2ª Etapa de Mejoramiento de la Infraestructura Turística de Cacaxtla-Xochitécatl y su área de influencia.	\$21,500,000.00
6.	3ª Etapa Rehabilitación del Recinto Ferial.	\$10,800,000.00
7.	3ª Etapa de Señalización Turística Estatal.	\$26,000,000.00
8.	Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística (PICCT).	\$6,000,000.00
TOTAL:		\$78,600,000.00

Acuerdo Nacional por el Turismo de Tlaxcala

El Gobernador Mariano González Zarur, junto con representantes del sector público, privado, académicos, de la sociedad civil y medios de comunicación, así como de organismos internacionales en materia turística y el Presidente de la República, Felipe Calderón Fournier, firmaron el 28 de febrero en Palacio Nacional el Acuerdo Nacional por el Turismo. Este acuerdo busca transformar a México en una de las primeras 5 potencias mundiales en materia turística. Para lo cual, se establecen una serie de trabajos y criterios de coordinación entre órdenes de gobierno y actores relevantes del sector.

Los ejes de la Agenda Nacional por el Turismo son:

1. Incrementar la conectividad y facilitar el tránsito de pasajeros.
2. Construir, mantener y mejorar la infraestructura y fomentar el ordenamiento urbano.

3. Fortalecer la promoción del sector en el país y en el extranjero.
4. Incentivar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento a la industria.
5. Elevar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas.
6. Diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad, modernos y diferenciados, que permitan incrementar la estadia y el gasto.
7. Fomentar la integración de cadenas productivas nacionales para aumentar, por parte de las empresas del sector turístico, el consumo de productos y servicios de las diferentes regiones del país.
8. Ofrecer el mejor servicio y promover la cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia del turismo y de la conservación del patrimonio cultural y natural del país.
9. Impulsar cambios regulatorios en favor del sector turístico, para destrabar la actividad turística y facilitar las condiciones que permitan su desarrollo.
10. Promover un desarrollo sustentable del sector, para que los prestadores de servicios turísticos, desarrolladores y el gobierno actúen con conciencia y criterios de conservación y preservación del ambiente, ahorro de energía y cuidado de nuestras riquezas naturales.

Asimismo, se ratificó en Tlaxcala, el 21 de octubre, el Acuerdo Nacional por el Turismo en Tlaxcala en presencia de la Secretaria de Turismo Federal, Gloria Guevara Manzo, el sector privado de la industria turística estatal, funcionarios de los tres órdenes de gobierno, instituciones educativas y civiles, entre otras.

Apoyo a 105 microempresarios del ramo turístico (Fondo Pyme)

En colaboración con la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado y la Delegación de la Secretaría de Economía, se concretó la realización del programa de apoyo en consultoría, capacitación y mejoramiento de la imagen física de establecimientos turísticos a través del Fondo PYME, beneficiando a 105 microempresas con un monto de 2 millones 625 mil pesos, atendiendo tres rutas turísticas: Huamantla-Atltzayanca-Ixtenco, Nanacamilpa-Calpulalpan-Españita y Cacaxtla-Xochitécatl-San Miguel del Milagro. El programa se pondrá en marcha a partir diciembre y hasta marzo de 2012.

Carnaval Tlaxcala 2011

Se apoyó por primera vez a 249 camadas de “huehues” que participaron en el Carnaval 2011, con un monto de más de 2 millones 980 mil de pesos en los rubros de música y transporte.

El apoyo se instrumentó con la participación de la Dirección de Cultura, Recreación y Deporte de la Secretaría de Educación Pública del Estado, el Instituto Tlaxcalteca de la Cultura y la Secretaría de Turismo. El rango de apoyo fue, principalmente, de los 10 mil a 15 mil pesos por camada, dependiendo del tamaño y necesidades de cada una.

Pueblos Mágicos

Se asistió a la Reunión Nacional de Pueblos Mágicos del 25 al 27 de mayo en la localidad de Comala, Colima. En esa reunión se consiguió un espacio para que Huamantla expusiera el arte de sus alfombras y se promocionará el estado.

Comité Ciudadano Huamantla "Pueblo Mágico"

Por primera vez, luego de haber obtenido el nombramiento de "Pueblo Mágico" hace 4 años, se impulsó la instalación y operación del comité ciudadano que marca la normatividad de la Secretaría de Turismo Federal. El comité se ha reunido en 12 ocasiones en 2011, con avances importantes como la elaboración del reglamento de imagen urbana y comercio.

Actividades con el Fideicomiso para el Desarrollo Regional Centro del País (FIDCENTRO)

El Fideicomiso para el Desarrollo Regional Centro País (FIDCENTRO) es un fondo de recursos integrado por seis entidades y el Gobierno Federal, el cual tiene como objetivo financiar estudios y proyectos identificados como detonadores, en beneficio de la región. Entre las acciones del Fideicomiso destaca el diseño y operación de una página web de productos turísticos para promocionar las rutas en las que nuestro estado participa, el Fideicomiso cuenta con recursos por 3 millones de pesos.

Talleres de asesoría y calificación de proyectos

Se realizó el Taller de Asesoría y Calificación de Proyectos para Haciendas y Proyectos Alternativos, a cargo de FONATUR, en el mes de marzo. El objetivo fue conocer la factibilidad de proyectos turísticos en haciendas o edificios históricos en el estado. De igual forma, se llevó a cabo el Taller de Financiamiento al Sector Turístico Rural, impartido por la Coordinación Regional de Financiera Rural, en las ciudades de Tlaxcala y Huamantla, respectivamente.

Atención, coordinación y apoyos a grupos

Se atendieron a grupos de periodistas, fotógrafos y cineastas, quienes guardan influencia en diferentes medios que pueden promover al estado. Entre ellos destacan: Grupo de la chef Ana Saldaña, quien además de promover el destino en su columna y programa de TV, proporcionó al estado un acervo fotográfico con valor de más de 600 mil pesos para poder usarlo en actividades de promoción. También se atendió al periodista Ricardo Arjona del periódico *Milenio*, a los de la revista *México Desconocido* y a la periodista del *New York Times* Freda Moon.

Primer Foro de Emprendedores del Arte, la Cultura y el Turismo por México

En colaboración con SEDECO y la Delegación de Economía Federal se realizó este primer foro para dar a conocer la importancia y las oportunidades a los emprendedores artísticos, culturales y

turísticos. La asistencia fue de más de 400 microempresarios entre artesanos, hoteleros, restauranteros, estudiantes, entre otros.

Se participó en los siguientes eventos:

1. Taller “Fábrica de Productos Turísticos”, en la ciudad de León, Guanajuato, con los estados de Zacatecas, Querétaro, San Luis Potosí, Aguascalientes, Hidalgo, Puebla y Guanajuato, 17 de febrero.
2. Taller de Inducción a los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, en el estado de Colima, 7 y 8 de marzo.
3. 29 Reunión Nacional de Funcionarios Estatales de Turismo, en la ciudad de Campeche, del 25 al 27 de febrero.
4. Turismo Cultural KURTUR, realizado por la Secretaría de Turismo Federal, en la ciudad de Valle de Bravo, 16 de junio.
5. Taller de Turismo Arqueológico, realizado por Secretaría de Turismo Federal e INHA, en la ciudad de México, 2 de agosto.
6. Muestra fotográfica itinerante, “Los 42 Pueblos Mágicos”, en el Castillo de Chapultepec, Ciudad de México, 20 de julio.
7. Taller de priorización del Acuerdo Nacional por el Turismo, Ciudad de México, 8 de noviembre.

III. OPERACIÓN TURÍSTICA

Distintivos “H”

El distintivo “H” certifica que en establecimientos donde se expiden alimentos se cumplen con normas que disminuyen la incidencia de enfermedades. El distintivo se rige por la norma NMX-F605 NORMEX 2004.

SECTURE hizo entrega de **5 distintivos “H”** (18 de febrero) a los prestadores de servicios que acreditaron los requisitos correspondientes y que debían renovar su certificado o, bien, obtenerlo por primera vez.

Distintivo “M”

El distintivo “M” certifica el adecuado uso de herramientas y prácticas administrativas que permiten mejorar la satisfacción de los clientes.

Se hizo entrega de **7 distintivos “M”** (18 de marzo). Se entregarán 13 distintivos “M” el próximo 8 de diciembre del 2011. Dando un total de 20 distintivos otorgados en el 2011.

Programa “Punto Limpio”

Se implementó por vez primera en el estado de Tlaxcala el Programa Nacional para las Buenas Prácticas para la Calidad Higiénica de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas “Punto Limpio”. Este año, Tlaxcala participó con cinco microempresas.

Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística (PICCT)

Se obtuvo la cantidad de seis millones de pesos para el Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística. El PICCT tiene considerado beneficiar de forma directa a más de 2000 personas y 60 empresas. Se han capacitado a 70 personas para que funjan como promotores turísticos en los módulos de información turística de la Secretaría de Turismo.

Atención al Turista

En módulos de atención al turista se han atendido al mes de noviembre del 2011 a 48,964 turistas. De los turistas atendidos la mayoría son provenientes del D.F. (27%), seguido del Estado de México (24%), Puebla (14%) y Veracruz (7%), mientras que el 28% restante provienen de los demás estados de la República. En cuanto a los extranjeros, la mayoría provienen de Estados Unidos (29%), seguidos de España (15%), Francia (8%) y Alemania (5%), siendo el 43% de otras naciones.

Se atendieron a 322 grupos de invitados especiales.

También se han realizado recorridos para turismo con capacidades diferentes sobre todo de las escuelas de Educación Especial de Guadalupe Ixcotla, Ocotlán y Hueyotlipan, al igual que la Fundación Down de Tlaxcala.

Se han realizado 536 recorridos en tranvía, atendiendo a **12,112** personas. 430 de los recorridos han sido en la ciudad de Tlaxcala y 116 salidas al Zoológico del Altiplano.

Verificaciones a establecimientos de servicios turísticos

Con el fin de fomentar el cumplimiento de la normatividad turística, durante el periodo de enero a noviembre se verificaron a 37 restaurantes, 49 hoteles y 9 balnearios, dando un total de 95 establecimientos, los cuales se encuentran cumpliendo en un 70% con los requisitos que les requiere la legislación para su adecuado funcionamiento. Se les ha entregado una notificación para que cumplan con los requisitos dispuestos por la normatividad en un plazo determinado.

Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil

Se contó con un total de 2,292 niños de todo el estado, quienes participaron en el Noveno Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil. Resultó premiado el niño Jordi Canales Diyarsa,

del Municipio de Santa Catarina Ayometla, como ganador del Primer Lugar categoría junior, y la niña Mariana Cuamatzi Hernández, en la categoría mini. El tema del concurso fué: “El Turismo a través del tiempo”. El concurso se realizó en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal.

Reuniones con Operadores Turísticos y Agencias de Viajes

Se llevó a cabo una primera reunión de trabajo para conocer las necesidades de las operadoras turísticas y agencias de viajes con el objetivo de mantener una relación de colaboración por parte de SECTURE. Se realizó una segunda reunión en donde se invitó al Presidente de la Asociación Nacional de Agencias de Viajes con el propósito de agrupar las operadoras y agencias de viajes. Se concretó también una tercera reunión con agencias de viajes y operadoras turísticas para que éstas dieran a conocer sus productos, se promovieran entre ellas e incrementaran sus ventas.

Estadísticas

Estado

De enero a noviembre la entidad registró un flujo de 240,220 turistas, lo que representa un incremento del 5.18% respecto al año pasado, mientras que la pernocta registró una variación favorable del 4.49% en relación al año anterior.

La derrama económica que dejaron los turistas a la entidad durante este periodo se estima en 182 millones 820 mil 300 pesos, representando esta cantidad un incremento del 5.19% respecto al 2010. Por su parte la ocupación hotelera que registraron los hoteles fue del 33.49%, es decir hubo un aumento de 2 puntos con respecto al año pasado. Esto representa un incremento del 6% en este índice.

Ciudad de Tlaxcala

El Sistema DATA TUR que monitorea la ocupación de la ciudad de Tlaxcala reportó durante el periodo de enero a noviembre un flujo de 61,540 turistas, representando esta cantidad un incremento del 11.52% respecto al año 2010. También, la pernocta registró un incremento del 9.96% con respecto al mismo periodo del año 2010.

La ocupación durante este periodo fue del 45.09%, es decir 2.3 puntos más que el año 2010. Esto significa un incremento del 5.1% con respecto al año anterior.

La derrama económica generada por el turismo en el periodo de enero a noviembre se estima en 57 millones 835 mil 540 pesos, lo que representa un incremento del 9.76% respecto al año pasado.

II Encuentro Nacional de Destinos Turísticos

En el mes de marzo se celebró la Segunda Reunión Nacional de Destinos Turísticos, en la que participaron 16 estados del país, cuyo objetivo fue impulsar un desarrollo competitivo en los municipios mediante la transferencia de tecnología, diversificando y enriqueciendo la oferta turística, con destinos y productos con servicios de mayor calidad. En el encuentro participaron

Secretarios de Turismo estatales y funcionarios de los estados de San Luis Potosí, Hidalgo, Aguascalientes, Coahuila, Guerrero, Estado de México, Veracruz, Guanajuato, Oaxaca, Zacatecas, Querétaro, Jalisco, Puebla, Morelos Colima y Tlaxcala.

Reunión Nacional Extraordinaria de Interlocutores Estatales de Turismo

Se organizó la Reunión Nacional Extraordinaria de Interlocutores Estatales de Turismo en el Estado de Tlaxcala del 01 al 03 de diciembre del 2011, cuyo objetivo fue determinar las políticas en materia de capacitación para el año 2012 a nivel nacional.

DATA TUR

La implementación en la ciudad de Tlaxcala del Sistema de Monitoreo de la Ocupación Hotelera denominado DATA TUR nos ha permitido obtener semanalmente los indicadores turísticos de este destino, con lo cual se ha podido conocer en periodos más cortos de tiempo el comportamiento de la actividad turística en la ciudad. Y con este mismo fin, a partir del mes de julio se implementó este sistema en el municipio de Huamantla “Pueblo Mágico”.

IV. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Exposiciones y ferias nacionales y estatales

En 2011 se participó en 11 exposiciones para la promoción de los atractivos turísticos, servicios, así como ferias y fiestas de la entidad destacando los siguientes:

- Tianguis Turístico de Acapulco (marzo)
- Feria de San Marcos, Aguascalientes (del 23 de abril al 15 de mayo)
- “Vive México” de American Express en el D.F. (12 de mayo)
- Décima Tercera Feria Turística Expo-mayoristas 2011, Monterrey, Guadalajara, León, Gto., México, Puebla y Yucatán (febrero)
- Presencia de Tlaxcala con un stand en el “Espectáculo del Hombre Araña”, Auditorio Siglo XXI de la Ciudad de Puebla (21 al 24 de julio, así como en el concierto masivo del grupo de rock “Caifanes” en la ciudad de Puebla.
- Feria Internacional de Turismo de las Américas (FITA), México, D.F.
- 2da. Feria Mundial de Turismo Cultural, Morelia, Mich.
- 1ª Feria Turística del IMSS, México, D.F.
- Expo incentivos en la ciudad de México.
- Carnaval de Tlaxcala y varios municipios.
- Ferias de Tlaxcala, Chiautempan, Huamantla, entre otras.

Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)

Recursos de promoción firmados en el Convenio de Colaboración y Coordinación para la Ejecución de Programas Cooperativos en Materia de Promoción y Publicidad Turística, bipartita con el CPTM, donde cada gobierno estatal y federal destinará la cantidad de **\$3,416,000 pesos** respectivamente. Se destinaron los recursos en la promoción del estado en medios de comunicación como:

- ✓ Internet.
- ✓ Espectaculares (Puebla, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo y Veracruz).
- ✓ Radio Regional, por medio de spoteo.
- ✓ Televisión Regional (TV Azteca), por medio de capsulas y menciones del estado.
- ✓ Promoción del estado en la revista TIME.

Se promocionará el estado así como diversos eventos, tales como: Festival Internacional de Títeres, 1er. Encuentro de Globos Aerostáticos, la Nueva Gran Feria Tlaxcala 2011, “Tlaxcala, Raíz de México, presenta a Plácido Domingo”

Alianzas con la iniciativa privada y secretarías de turismo

Autotransportes Tlaxcala, Apizaco, Huamantla (ATAH).

Confederación Nacional Turística (CNT).

Viajes Bojórquez.

Asociación Nacional de Agencias de Viajes (AMAV).

Empresa Flyvolare.

Agencia de Viajes Paseos de San Francisco.

Corporativo de Hoteles Misión.

Municipio de Atlixco, Puebla.

Secretaria de Turismo de Puebla.

Secretaria de Turismo y Cultura de Veracruz.

Secretaria de Turismo del estado de Hidalgo.

Secretaria de Turismo del estado de México.

Eventos de impacto dentro y fuera del estado

1. Presentación de la marca “Estado de Tlaxcala, ni te imaginas... Descúbrelo!”.
en donde junto con la iniciativa privada se está manejando dicha marca para posicionar al estado a nivel nacional.
2. La empresa Flyvolare organizó el Primer Encuentro de Globos Aerostáticos en Huamantla, Tlaxcala (16-18 de septiembre), con una afluencia de más 6,000 visitantes al Estado.
3. El Restaurante Arroyo de la ciudad de México ofreció el mes de septiembre al estado de Tlaxcala donde se mostró una parte significativa del estado dentro del restaurante con exhibiciones de gastronomía, artesanías y turismo.
4. La noche de las luciérnagas en el municipio de Nanacamilpa (julio-agosto).
5. “Un mexicano rumbo a la Fórmula 1”, carrera de go-karts en el municipio de Tlaxco.
6. Carnaval Tlaxcala 2011.
7. “Semana Santa” en Tlaxcala, en donde se trabajó en una fuerte campaña para que los turistas y visitantes pernoctaran en el estado en dicho mes.

“Famtrips” (viajes de familiarización) y programas de radio y televisión

- Fam-trip con grupo de fotógrafos organizado por la Chef Ana Saldaña (febrero)
- 2 Fam-trip con mas 90 Agencias de Viaje pertenecientes a la AMAV (zona centro y zona norte del país).

- Transmisión en vivo de Programas de Núcleo Radio Mil
 - “Las mil cosas que debes de conocer antes de morir”, conducido por Ana Lilia Galán en el Fideicomiso Casa de las Artesanías (mayo),
 - Viajando con el Castor (Edgar Morales el Castor)
 - Enfoque con Leonardo Curzio
- Programa de radio en control remoto del Radio Ultra en “Noticiero Matutino” desde Tlaxcala centro y la Nueva Gran Feria Tlaxcala 2011.
- Se han realizado más de 17 reportajes en revistas y periódicos de circulación internacional, nacional y regional, destacando los periódicos *Reforma*, *Milenio*, la revista *TIME*, entre otras. Así como medios masivos locales y regionales en los estados de Puebla, Veracruz, Hidalgo y el estado de México.
- Se han utilizado medios electrónicos para difundir el estado como el internet en paginas como : turismotlaxcala.com, turismo.tlaxcala.gob.mx y en las redes sociales como Facebook y Twitter.
- Televisoras como Once TV, TV Milenio y Televisa han visitado el estado para notas, cápsulas, comerciales y reportajes de eventos, así como para promocionar el estado.
- Se han realizado más de 10 ruedas de prensa a nivel regional con los estados como Puebla, Veracruz, D.F, Estado de México e Hidalgo con diversos motivos y eventos como ferias, concierto, entre otras.

Apoyos en diversos eventos

1. Filmación de capsulas para el canal de Once TV, programa “Once Niños” (febrero)
2. Carnaval 2011
3. En la creación del Suplemento del diario *Síntesis* con la publicación sobre Títeres (junio)
4. Filmación de capítulos de la serie de Televisa “Revolución” (junio)
5. Recorrido por el estado para la filmación de la Televisora Milenio y Grupo Multimedios de spots y capsulas del estado (julio)
6. Rueda de Prensa en el D.F. para la Feria de Chiautempan y Huamantla (20 de julio)
7. Noche de las Luciérnagas en el municipio de nanacamilpa
8. Rueda de Prensa en Tlaxcala Feria Tocatlán y Nanacamilpa (31 de julio)
9. Congreso Nacional de Ferromodelistas en Apizaco (5 al 7 de agosto)
10. Encuentro Nacional de Escuelas Taurinas
11. Recorrido del Club de Motos, “Aventura Extrema” por la zona de la Malitzi.
12. Primera Jornada de Estudios Regionales de Morfología Urbano Arquitectónico México-Francia.
13. Reunión Nacional de Destinos Turísticos
14. Congreso Nacional e Internacional de Fitopatología
15. Asamblea Nacional de Matadores de Toros.
16. México, Vestido de Tradición. Colección María Esther Zuno de Echeverría. Pinacoteca del Estado.
17. Exposición de “Estrella de Oriente de San Miguel Arcángel”, en el Museo de la Memoria.

Material promocional

El material promocional, conformado por programas y posters de feria, trípticos, dípticos, mapas turísticos, lonas y souvenirs tuvo un tiraje de más de 15,000 ejemplares, utilizándose en eventos, ferias, congresos y reuniones.

Promoción del Estado a través de:

- ✓ Entrevistas en Radio Mil, Radio Fórmula y Coracyt (Radio y TV)
- ✓ Promoción a través del suplemento de Viaje del periódico *Reforma*
- ✓ Espectaculares (estatales)
- ✓ Publicación en la *Revista de Expo Mayoristas*
- ✓ Continua actualización de información en la página de internet (eventos turísticos)
- ✓ Impresión de lonas promocionales
- ✓ CD con información turística del estado
- ✓ Mapas Turísticos
- ✓ Mapas Informativos
- ✓ Folletos de las zonas arqueológicas
- ✓ Folletos de atractivos del estado.
- ✓ Juego de 12 postales turísticas
- ✓ Souvenirs promocionales del estado (bolsas, lapiceros, pulseras).
- ✓ “Tlaxcala, Guía Turística para descubrir los encantos del estado”.

Eventos especiales

El concierto de Plácido Domingo “Tlaxcala, Raíz de México”, registró el siguiente resultado:
Del 29 de septiembre al 28 de noviembre de 2011 se lograron 3,875 impactos.

MEDIOS	IMPRESOS	ELECTRÓNICOS	DIGITALES	SUBTOTAL
LOCALES	199	1,892	253	2,344
REGIONALES	31	452	209	692
NACIONALES	102	32	436	570
INTERNACIONALES			269	269
SUBTOTAL	332	2,376	1167	
TOTAL				3875

En materia de publicidad se tuvo el siguiente resultado:

MEDIOS	IMPRESOS	ELECTRÓNICOS	DIGITALES	SUBTOTAL
LOCALES	144	1,716	60	1,920
REGIONALES	15	429		444
NACIONALES	25	20	5	50
SUBTOTAL	184	2165	65	
TOTAL				2,414

- La presencia regional se logró sobre todo los estados de: Puebla, Hidalgo, México, Veracruz, Oaxaca, Morelos, Querétaro, Michoacán, Guadalajara, Guerrero, Quintana Roo, Yucatán, Chiapas, Chihuahua, Tamaulipas, Durango, Nuevo León, Baja California Sur, San Luis Potosí, Zacatecas.
- Los principales medios nacionales en donde se reflejaron los impactos son: *Reforma, El Universal, Milenio, La Jornada, Excélsior, El Financiero, El Sol de México, Ovociones, Esto, La Prensa, Récord, Impacto, La Razón, Quién, TV Notas, TVyNovelas, CNN, Notimex, Televisa, TV Azteca, Milenio TV, MVS, Radio Fórmula, Radio Mil, W Radio.*
- Se logró presencia en medios internacionales de España, Estados Unidos, Canadá, Venezuela, Perú, Ecuador, Panamá, República Dominicana, Chile, Paraguay, Nicaragua, Colombia, Argentina, Suiza, Alemania, Austria. Las agencias internacionales EFE, AFP, EPA, Xinhua, contribuyeron a este impacto.