

U.M.S.N.H



Universidad Michoacana de San
Nicolás de Hidalgo



Facultad de Arquitectura Universidad
Michoacana

PROYECTO: Hotel Balneario en Huandacareo, Mich
AUTOR

ALFONSO CAHUE CAHUE

ASESOR DE TESIS:

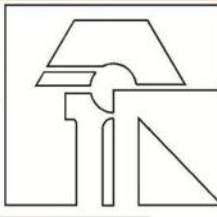
JULIO CESAR MARQUÉZ DÍAZ

OCTUBRE 2012

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO FACULTAD DE ARQUITECTURA

TESIS PROFESIONAL

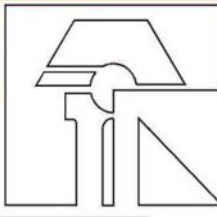
HOTEL-BALNEARIO EN HUANDACAREO MICH.
PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIATURA EN
ARQUITECTURA PRESENTA:
ALFONSO CAHUE CAHUE
MORELIA MICH.



Asesor Arq. Julio Cesar Márquez Díaz

Sinodal Arq. Jaime Ramírez Sanroman

Sinodal Arq. Sandra Barriga Aguilar



HOTEL-BALNEARIO EN HUANDACAREO MICHOACAN

INDICE

PROLOGO

AGRADECIMIENTOS

CAPITULO I.- MARCO TEORICO

1.1. Introducción

1.1.0.- Definición de Turismo 1

1.1.1.- Clasificación del turismo 2

1.1.2.- Definición de balneario 3

1.1.3.- Definición de aguas termales 4

1.1.4.- Definición de hotel 4

1.1.5.- Tipo de establecimiento de hospedaje 4

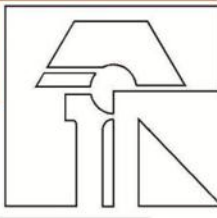
1.2.- Hipótesis 9

1.3.- Objetivos

1.3.0.- Justificación del tema 10

1.3.1.- Justificación del terreno 11

1.4.- Limitaciones 13



CAPITULO II.- CONTEXTO SOCIO-CULTURAL

2.- Marco histórico	
2.1.- Antecedentes históricos de Huandacareo	15
2.2.- Escudo de armas	18
2.3.- Antecedentes históricos del turismo en Michoacán	19
2.4.- Antecedentes históricos de la industria hotelera en el mundo	20
2.5.- Historia de la hotelería en México	22
2.6.- Antecedentes históricos de la hotelería en Huandacareo	24
2.7.- Antecedentes de los balnearios de Huandacareo	25
2.8.- Conclusiones	32

CAPITULO III.- ANALISIS DE ASPECTOS TURISTICO

3.0.- Clasificación de recursos turísticos	33
3.1.- Estudio Perfil del Turista que Visita Michoacán	37
Introducción	37
El Estado de Michoacán	38
Información general	38
El Estado de Michoacán y su división por Regiones	39
Análisis de los Perfiles del Turista	46
Comparativo 2006 a 2009	54
Afluencia Turística y Derrama Económica	55
Anexo Metodológico	99
3.2.-Plan estatal de desarrollo Michoacán 2003-2008	103
3.3.-Programa regional de desarrollo turístico de la Ruta de la Salud	107
3.4.-Características generales de los balnearios en Michoacan	113
3.5.-Consideraciones de la información	121
3.6.-Conclusiones	125



CAPITULO IV.- MARCO SOCIO-ECONOMICO

4.1.- Referentes culturales	127
4.1.0.- Costumbres y actividades de la población	127
4.1.1.- Tendencias de crecimiento	130
4.1.2.- Composición de la población	131
4.1.3.- Análisis estadístico y demográfico	132
4.2.- Referentes económicos	135
4.2.0.- Migración	135
4.2.1.- Índice de desarrollo humano	135
4.2.2.- Crecimiento histórico del área urbana	136
4.2.3.- Causas económicas y sociales que originaron el crecimiento	136
4.2.4.- Artesanías	137
4.3.- Conclusiones	138

CAPITULO V.- MARCO FISICO-GEOGRAFICO

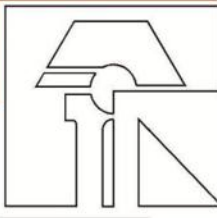
5.1.- Aspectos físico -geográficos	140
5.1.0.- Macro localización del Estado Michoacán	140
5.1.1.- Características generales del Estado de Michoacán	140
Aspectos geográficos	140
Clima	141
Flora y fauna	142
Paisaje, relieve	143
Infraestructura básica	144
5.2.- Características generales del Municipio de Huandacareo	145
5.2.0.- Macro localización del Municipio de Huandacareo	145
Vialidad y transporte	145
Infraestructura básica	147



Equipamiento urbano	147
El centro de población	149
Aspectos geográficos	151
El clima	155
5.3.- Conclusión	163

CAPITULO VI.- EL TERRENO

6.- El terreno	164
6.1.- Ubicación	164
6.2.- Superficie del terreno	164
6.3.- Infraestructura	164
6.4.- Servicio de transporte	164
6.5.- Ubicación del terreno con respecto a la cabecera municipal de Huandacareo	165
6.6.- Ubicación del terreno en la zona de balnearios	166
6.7.- Infraestructura municipal a la cual tiene acceso nuestro terreno	168
6.8.- Dimensiones y superficie del terreno	169
6.9.- Análisis de suelo	170
6.10.- Conclusión	171



CAPITULO VII.- MARCO FORMAL

7.- Análisis de la información recabada para sustentar nuestro proyecto	172
7.1.- Puntos por analizar para determinar las necesidades de nuestro proyecto	172
7.2.- Justificación del proyecto	175
Dimensión	175
Análisis de mercado	175
Ubicación	176
Calidad del servicio, Organización y Operación	176
7.3.- Análisis del balneario	176
7.4.- Árbol del sistema	177
7.5.- Diagramas de relaciones	185
7.6.- Diagramas de funcionamiento	187
7.7.- Matriz de acopio	197
7.8.- Patrones de diseño	205
7.9.- Zonificación	236
7.10.- Programa general	237
7.11.- Descripción del programa particular	238
7.12.- Estudio de áreas	240
7.13.- Análisis de áreas requeridas en función al tamaño del balneario	242
7.14.- Superficie construida dentro del centro Vacacional	244
7.15.- Conceptos arquitectónicos	246
7.16.- Memoria descriptiva del proyecto	247
7.17.- Aspecto formal del proyecto	248
7.18.- Presupuesto por partidas del área construida dentro del centro vacacional	250
 Bibliografía	 253



CAPITULO VIII.- EL PROYECTO**PLANOS ARQUITECTONICOS**

Micro y Macro Localización del terreno

Planta de conjunto

Planta arquitectónica de conjunto

Plantas arquitectónicas del hotel

Plantas arquitectónicas de habitaciones tipo

Planta de azoteas del hotel

Plantas arquitectónicas del balneario

Plantas de azoteas del balneario

Cortes y fachadas del hotel

Cortes y fachadas del balneario

Perspectivas

CRITERIO ESTRUCTURAL

Cimentación

Albañilería

Estructural

Cortes constructivos

CRITERIO DE INSTALACIONES

Hidráulica

Sanitaria

Eléctrica

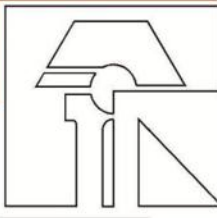
Especiales

CRITERIO DE TERMINACION DE OBRA

Acabados

Herrería

Carpintería

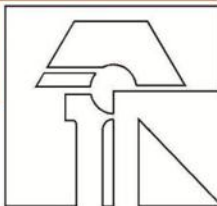


PROLOGO

VIVIR LA ARQUITECTURA EN REALIDAD Y EN SU VIRTUALIDAD, CON EL PENSAMIENTO Y CON LOS SUEÑOS, ES ALCANZABLE PARA CUALQUIER PERSONA QUE TENGA UNA ACTITUD ABIERTA A PERCIBIR CON LOS SENTIDOS Y CON EL CORAZON; ESTA DISPOSICION SENSIBILIZA PARA QUE TODO UN PASADO VENGA A VIVIR EN EL SUEÑO PRESENTE DE ESTAR ANTE UNA VALIOSA OBRA DE ARQUITECTURA. UNA ESPECIE DE ATRACCION DE IMÁGENES SE CONCENTRA EN NOSOTROS AL VIVIR LA EXPERIENCIA DE ESTAR EN UN ESPACIO CONCRETO QUE GENERA EN NOSOTROS RESONANCIA Y TONIFICA NUESTRA EXISTENCIA.

DISFRUTAR PLENAMENTE DE LA BUENA ARQUITECTURA, ES CAPTAR SUS ESPACIOS CON IMAGINACION MAS ALLA DE SU MEDIDA Y CONDICION GEOMETRICA: ES ASPIRAR A DEFINIR EL VALOR HUMANO A CADA UNO DE ELLOS, ES ALOJAR EN ELLA NO SOLO NUESTROS RECUERDOS, SINO TAMBIEN NUESTROS OLVIDOS; INSTALAR EN SU INTERIOR NUESTRO INCONCIENTE, Y AL PERCIBIR SUS VARIADOS ESPACIOS DEJARLOS RESONAR, Y APRENDER SIMULTANEAMENTE A MORAR EN NOSOTROS MISMOS.

BACHELARD GASTON



AGRADECIMIENTOS

AGRADEZCO A DIOS POR DARMER EL SER, POR SIEMPRE CUIDAR DE MÍ EN LOS MOMENTOS MÁS DIFÍCILES DE MI VIDA, POR AYUDARME A NO PERDER LA FE POR DIFÍCIL QUE FUERA EL MOMENTO O LA SITUACIÓN EN QUE ME ENCONTRARA, A LEVANTARME Y SEGUIR ADELANTE CON MÁS FE Y AMOR. LE AGRADEZCO POR PERMITIRME VIVIR EN LA FAMILIA EN LA CUAL FUI CRIADO.

A MIS PADRES POR DARMER LA VIDA QUE DIOS LOS TENGA EN SU GLORIA, Y AUNQUE NO ESTAN FÍSICAMENTE SIGUEN VIVIENDO EN MI CORAZÓN Y CUIDÁNDOME. MI MADRE MARIA DEL SOCORRO CAHUE CABALLERO †. POR SU GRAN LECCIÓN DE AMOR BONDAD Y SACRIFICIO. A MI PADRE ALFONSO CAHUE MURILLO †. QUE CON SUS REGAÑOS ME AYUDÓ A CONVERTIRME EN HOMBRE DE BIEN, POR ENSEÑARME QUE NO IMPORTA QUE TAN DURO SEA LA CAÍDA LO IMPORTANTE ES LEVANTARSE Y SEGUIR ADELANTE CON MÁS FUERZA, DE VIVIR DE ACUERDO A MIS CONVICCIONES, DE NUNCA CAMINAR BAJO LA SOMBRA DE NADIE, ME ENSEÑÓ QUE PODRÉ PERDER TODO EN LA VIDA PERO LO ÚNICO QUE NADIE ME PUEDE QUITAR ES MI DIGNIDAD Y MI AMOR PROPIO.

QUIERO AGRADECER A MIS TÍAS ERNESTINA Y MARIA POR CUIDAR DE MI Y MIS HERMANOS A LA MUERTE DE MI MADRE, EN ESPECIAL A MI TÍA MARIA QUIEN DURANTE TODA MI ESTANCIA EN LA UNIVERSIDAD VELO POR MI Y LA FAMILIA. QUE A LA FECHA CUIDA Y SE PREOCUPA POR TODOS.

A MIS HERMANOS FABIAN, ADRIANA, RAQUEL, SOCO Y ARTURO. A QUIENES QUIERO MUCHO SE QUE POR ENOJADOS QUE ESTEMOS, EN CUALQUIER SITUACIÓN DIFÍCIL QUE SE PRESENTE EN MI VIDA SIEMPRE ESTARÁN CUANDO LOS NECESITE.

A MIS AMORES A QUIEN DEDICO EN ESPECIAL ESTE TRABAJO: MI ESPOSA PATY. MI COMPAÑERA Y AMOR DE MI VIDA, POR SU APOYO INCONDICIONAL Y MOTIVACIÓN, CON QUIEN LUCHAMOS DÍA A DÍA POR SACAR ADELANTE A NUESTRA FAMILIA. A MIS HIJAS: STEPHANIE, NATALIE Y LIAH, A QUIENES ADORO, SON LA ALEGRIA DE MI CASA Y MI RAZÓN DE VIVIR. QUIERO QUE SEPAN QUE NUNCA ES TARDE PARA ALCANZAR NUESTROS SUEÑOS.

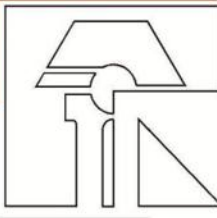
A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS CON QUIENES CONVIVIMOS DURANTE TODA NUESTRA ESTANCIA EN LA UNIVERSIDAD, Y COMPARTIMOS LA EXPERIENCIA DE IRNOS CONVIRTIENDO EN ADULTOS RESPONSABLES, POR ESOS RATOS DE MUCHAS DESVELADAS ALEGRIA Y COMPAÑERISMO.

A MI ASESOR EL ARQ. JULIO CESAR MARQUEZ DIAZ POR NO PERDER LA FE EN MI Y MÁS QUE TODO POR NO QUITAR EL DEDO DEL RENGLÓN. A MIS SINODALES ARQ. JAIME RAMIREZ SANROMAN Y ARQ. SANDRA BARRIGA AGUILAR, POR SU APOYO.

A TODOS LOS MAESTROS QUE CONTRIBUYERON EN MI FORMACIÓN ACADÉMICA Y COMO SER HUMANO GRACIAS POR SU PACIENCIA Y POR SUS CONOCIMIENTOS QUE ME TRAMITIERON.

A TODAS LAS PERSONAS QUE DIRECTA O INDIRECTAMENTE CONTRIBUYERON EN MI FORMACIÓN ACADÉMICA DE LOS CUALES EN ESTE MOMENTO HE EXCLUIDO SUS NOMBRES POR NO RECORDARLOS, LO MÁS SEGURO ES QUE NO ME ALCANZARÍA ESTA PÁGINA PARA NOMBRARLOS A TODOS AUNQUE QUISIERA.

A LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO POR BRINDARME LA OPORTUNIDAD DE HABER ESTUDIADO AQUÍ.



TEÓRICO

1.1.- Introducción

1.1.0.- Definición de Turismo

1.1.1.- Clasificación del turismo

1.1.2.- Definición de balneario

1.1.3.- Definición de aguas termales

1.1.4.- Definición de hotel

1.1.5.- Tipo de establecimiento de hospedaje

1.2.- Hipótesis

1.3.- Objetivos

1.3.0.- Justificación del tema

1.3.1.- Justificación del terreno

1.4.- Limitaciones

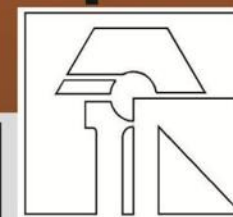


TEÓRICO



Marco

TEÓRICO



1.1.- INTRODUCCION

1.1.0.- DEFINICION DE TURISMO

El turismo es la afición de viajar, practicada por el hombre moderno que aspira a retornar temporalmente a una vida nómada con el fin de recorrer uno o varios lugares por distracción o recreo.

Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de las personas, en forma individual o en grupo y fundamentalmente por motivos, de descanso y esparcimiento, salud y cultura, se trasladan de un lugar a otro generando múltiples interrelaciones de tipo socio-económico.

Es la intensificación de viajeros, tanto del interior del país como del extranjero, misma que se considera como un fenómeno de masas que se viene produciendo en nuestros días, no solo por la cantidad de personas que involucra, sino que por el hecho de sus manifestaciones más características, se deben más a las necesidades impuestas por la vida moderna, que de un modo imperioso y directo inducen al afán de evasión de medio ordinario de vida, sensación que experimentan los hombres y que encuentran en el fondo de toda diversión.

Una gran mayoría de estas personas en sus actividades libres busca lugares apropiados para un descanso físico y mental, en forma pasiva de contemplación o relacionado con alguna actividad deportiva, siendo de cualquier manera un desahogo de la tensión contenida por una carga de trabajo a consecuencia de una rutina de vida diaria.

Podríamos decir que la cultura con respecto al turismo es la actividad, acción y efecto del cuerpo y del espíritu, mismo que deducimos como el conjunto de conocimientos necesarios no solo del turismo, sino también de la población en la cual se ubica.

Este tipo de personas suelen identificarlo como una actividad de protección eminentemente humana muy por encima de sus repercusiones económicas y comerciales, concibiéndolo primordialmente como un medio para la comprensión y amistad entre los hombres.

Los turistas se dan citas en muchas ocasiones por cuestión de salud a lugares abiertos ya sea con nacimientos de aguas termales o simplemente por encontrarse en zona totalmente libres donde puedan desarrollar múltiples actividades que les permitan mantenerse sanos, estas personas suelen asistir a estos lugares por el alto grado medicinal con el que cuentan en algunos casos las aguas termales, mismas que ayudan al alivio de alguna enfermedad, aunque muchas otras suelen darse cita con frecuencia por recomendaciones clínicas, pues al permanecer en el agua, asolearse, distraerse, actividades que pueden darse en un centro recreativo en el cual se facilita la rápida recuperación del organismo.



<http://diversiontravel.blogspot.mx/>



<http://www.blogyviajes.com/viajes/25684/santorini/elcairo/vacacionesviajes>



<http://mx.groups.yahoo.com/group/unidadpopular/message/543>

Michoacán
el alma de México

http://www.enlazadot.com/S6272/secretaria_de_turismo_del_estado_de_michoacan.html

1.1.1.- CLASIFICACION DEL TURISMO

TURISMO SOCIAL

Envuelve toda una serie de subcategorías tales como: turismo cultural, deportivo, religioso, de diversión, Nace de la curiosidad de conocer lugares y costumbres exóticas, de buscar algo nuevo, a ello se le añade el deseo de incrementar la propia cultura que lleva al viajero a visitar monumentos, museos, restos arqueológicos, eventos deportivos, culturales, conciertos de música clásica y moderna, centros recreativos, etc.

TURISMO DE SALUD

La salud, es un factor que muchas veces pasa desapercibido al planear algún viaje, a pesar de ser parte fundamental ya que se considera tanto a la población receptora como al turista que viaja, ya sea por motivos de salud o por recreación. En un destino turístico se debe poner cierta atención a distintos factores determinantes en cuanto a problemas de salud, relacionados a su ubicación geográfica, el medio ambiente, la dinámica social, destino de residuos, etc.

En la actualidad, el turismo de salud es de gran importancia ya que no sólo son establecimientos donde se utilizan terapias con agua, sino que con el tiempo el concepto se amplió a otras técnicas como la aromaterapia, masajes de distintos tipo, meditación, yoga, reiki y muchos otros. Todo esto tiene entre sus objetivos combatir los males más típicos de estos tiempos, como la depresión y el estrés, así como rejuvenecer, adelgazar o mejorar el estado espiritual.

Es de suma importancia hablar de Turismo de Salud ya que es el Turismo del futuro y está enfocado a resolver problemas que genera la vida cotidiana como estrés, neurosis, obesidad, en lugares agradables y especializados en ellos.

El municipio de Huandacareo cuenta con bellos balnearios que se alimentan de manantiales de aguas termales, el diseño de los mismos lo cual contribuye a la integración con su entorno los hace ser un atractivo que además ofrece tranquilidad que es lo que se desea; para disfrutar, después de una temporada intensa de trabajo.

EL ECOTURISMO

El turismo ecológico, un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística. Este movimiento apareció como tal a finales de la década de 1980. El hombre hallará aquí un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos, y la necesidad de contar con una política responsable en la materia.

Ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos.



http://www.enlazadot.com/S6272/secretaria_de_turismo_del_estado_de_michoacan.html



<http://www.elindependiente.com.mx/michoacan-esta-listo-para-recibir-a-los-turistas-durante-el-periodo-de-semana-santa/>



http://es.123rf.com/photo_10221607_mujer-voga-meditacion-naturaleza-agua-rio.html

El ecoturismo, consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios

EL EXCURSIONISMO

Es una actividad física que consiste en realizar travesías o rutas por un medio natural con un fin recreativo. Estas rutas se realizan generalmente a pie, en bicicleta, a caballo, con esquís o raquetas de nieve, tienen lugar en montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, ríos, etc.; y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada.

A esta actividad se la considera una forma de deporte de aventura y de realizar turismo ecológico. En el excursionismo, es necesario junto con la marcha la orientación y se realiza visitando parajes naturales, donde se deben respetar unas normas de seguridad y ecológicas.

http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/turismo_de_salud/

1.1.2.- DEFINICIÓN DE BALNEARIO

Balneario es un establecimiento público dotado de instalaciones para ofrecer baños medicinales comúnmente piscina, lugar dedicado al reposo y la curación a través de la utilización de aguas, sobre todo termales o minerales, generalmente complementado con algún tipo de sitio para alojamiento.

Los balnearios son un lugar idóneo para el cuidado de la belleza, gracias a la multitud de tratamientos estéticos que ofrecen en la actualidad. Ello hace que se tienda a olvidar que, a través de la historia, su función ha sido fundamentalmente el mantenimiento y recuperación de la salud mediante la acción del agua sobre el organismo. Los verdaderos balnearios siguen manteniendo su función curativa, algo que, sin duda, repercute también positivamente en el aspecto físico.

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/introduccion%20al%20mundo%20de%20los%20balnearios.pdf>

Son centros localizados a no más de 150 kilómetros de las áreas metropolitanas concebidas para satisfacer necesidades de vacacionistas familiares, así como de grupos de jóvenes que desplazan a estos lugares y regresan el mismo día, es decir que en la mayoría de los casos no pasan la noche en ese lugar, sin dejar de considerar a otros segmentos.

Generalmente las instalaciones que se tienen en los balnearios son:

Albercas de agua dulce y/o agua termal, parques acuáticos con toboganes y olas artificiales.

Sanitarios, regaderas, albercas privadas.

Servicio de alimentos y bebidas, tiendas de abarrotes, souvenirs, y de artículos para natación,

Instalaciones deportivas (fútbol, básquetbol, volibol, canoas, caballos, etc,...)

Salón para fiestas y usos múltiples.

Instalaciones para alojamiento tales como hotel, cabañas o área para acampar.



<http://www.todopormexico.com/t3557-campismoexcursionismoespelismocanonismomo>



<http://www.absolutjapon.com/las-aguas-termales-en-okuhida/>



<http://www.balnearioaguacaliente.com/galeria.html>
Parque acuático con toboganes

1.1.3.- DEFINICION DE AGUAS TERMALES

Se denomina agua termal a aquella que emana a la superficie con una temperatura 5°C más alta que la temperatura media anual del lugar donde emana. El calentamiento es originado por el paso del agua entre distintas capas subterráneas, en las cuales las rocas están a alta temperatura y producen el calentamiento del agua. Los beneficios de las aguas termales son debido a la existencia de minerales en su composición obtenidos de su disolución.

Las aguas termales debido a sus características logran la depuración del organismo por lo que están completamente indicadas en patologías inflamatorias del aparato locomotor como artritis. Este tipo de patología produce calor en la zona, rigidez, dolor, atrofia muscular, etc. La aplicación de las aguas termales producirá un efecto de relajación, disminución del calor interno y una mejoría de la movilidad, que va a producir una disminución del dolor.

La calidad de vida del paciente reumatológico que acude a los 'baños' es mayor que el resto ya que este tratamiento le confiere una mejoría importante en la evolución de su proceso.

<http://www.oni.escuelas.edu.ar/olimpi2000/cap-fed/elagua/recurso/medio/clasi.htm>

1.1.4.- DEFINICION DE HOTEL

Institución de carácter publico que ofrece alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimientos y otros servicios complementarios (piscina, spa, canchas, etc.).

1.1.5.- TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Existe una gran variedad de tipos de hospedaje suclasificación depende de su ubicación,el mercado al que vaya dirigido y una serie de aspecto los cuales determinan esta forma de catalogarlos. Por efectos prácticos no podemos extendernos a mencionarlos todos. Entre los diferentes tipos de establecimientos de hospedaje,más comunes están los siguientes: el hotel tradicional, el motel y el hotel de recreo o resort.

Características.

Hotel Tradicional

Generalmente están situados en el centro de la ciudad, o en algún lugar cercano a restaurantes, tiendas, centros comerciales, oficinas, centros de diversión y otras áreas de gran actividad.

MOTEL

Esta palabra es la contracción de motor-hotel y se originó precisamente, para la clientela que conduce sus propios automóviles. Se encuentran situados generalmente en los límites de la ciudad junto a las carreteras principales y con fácil acceso directo a la habitación. Por lo general sirven solamente para pasar la noche, no cuenta con servicio de alimentos y bebidas proporcionándole al viajero un lugar sin lujos, agradable y económico.Los moteles funcionan con mayor éxito en las ciudades que son prácticamente transitorias en viajes.



<http://www.balnearioaguacaliente.com/galeria.html>



Restaurant y Palapa para fiestas Balneario Vista Bella, abajo hotel



http://www.camssa.com.mx/destinos_turisticos/huandacareo.html

HOTEL DE RECREO O RESORT

Está dedicado a que sus huéspedes pasen un momento agradable casi siempre se localizan en las playas, lagos, montañas o donde quiera que la naturaleza coopere al descanso mental y actividad física. Por lo regular no necesitan salir de sus instalaciones, ya que ofrecen servicios de alimentación, bebidas, espectáculos, piscinas, y una serie de servicios adicionales dependiendo de la clasificación del mismo.

FUNCIONES DE LOS HOTELES

Las funciones del hotel son vender servicios cuyo objetivo es procurar a la clientela albergue y alimentación complementados con cierta diversión y bienestar.

CRITERIOS PARA CLASIFICAR LOS HOTELES

Desde el punto de vista de la calidad, el nivel de satisfacción del usuario de un establecimiento hotelero se determinará, no sólo por su clasificación oficial sino también por la concurrencia de una serie de factores entre los que podemos destacar la atención amable y personalizada, la limpieza y comodidad de las instalaciones, especialmente de las habitaciones, el entorno cuidado y el respeto por el medio ambiente.

Los establecimientos hoteleros se clasifican en diferentes categorías en atención a sus características y a la calidad de las instalaciones y servicios que ofrecen; en el primer grupo estarían los hoteles.

PARA LA CLASIFICAR LOS HOTELES EXISTEN VARIOS CRITERIOS ENTRE ELLOS LOS SIGUIENTES:

Dimensión
Tipo de clientela
Calidad de servicio
Ubicación o relación con otros servicios
Operación
Organización
Proximidad a terminales de compañías transportadoras
Inteligentes

DIMENSION:**Hotel pequeño:**

Habitaciones individuales y dobles, no cuentan con servicio de esparcimiento y recreación, la recepción funge como administración, tiene servicio de restaurant.



<http://cancun.olx.com.mx/inversionistas-compro-hotel-es-4-o-5-estrellas-en-cancun-iid-68393268> Hotel 5 estrellas Cancún Mex.



<http://www.ensenadamexico.com.mx/blog/dese-rt-inn-ensenada-hospitalidad-y-cordialidad.htm>
Hotel 3 estrellas, Ensenada Baja California Mex.



<http://www.hoteles-pinamar.com.ar/hoteles-1-estrella/Saint-James> Hotel 1 estrella Pinamar

Hotel mediano:

Están constituidos por una torre y una sección de bungalós. Cuentan con habitaciones individuales, dobles y un porcentaje de pequeñas suites, administración, servicio de bar y restaurante, estacionamiento y algunos tienen piscina. Las habitaciones tienen servicio de televisión, teléfono y bebidas.

Hotel grande:

Cuenta con varios tipos de habitaciones, recreación y esparcimiento. Tiene servicio de lujo y están dentro de las más exclusivas zonas turísticas o de la ciudad.

TIPOS DE CLIENTELA:**Comerciales:**

Para viajeros en tránsito, comúnmente en viaje de negocios.

Vacacionales:

Se localizan en áreas de recreo, zonas arqueológicas y de riqueza arquitectónica o cultural.

Transitorios:

Ofrecen alojamiento y comida a los turistas quienes permanecen durante un par de días.

Para convenciones:

Reciben grandes grupos de comerciantes, se localizan en centros urbanos o vacacionales; son una serie de dormitorios y departamentos en gran número, atienden las necesidades propias de los huéspedes y la necesidad de esparcimiento de los habitantes de la ciudad en donde se edifique. El objetivo de estos hoteles es proporcionar amplios espacios para grandes reuniones. Algunos incluyen teatros, tiendas, áreas de recreación, restaurantes, etc.

Residentes:

Para personas que no desean quedarse en su casa y prefieren permanecer en el hotel mucho o poco tiempo.

Residencial:

Es un edificio para huéspedes permanentes que ofrecen servicio de recamaras y de comida a los cuartos.

Atendiendo a la calidad de los servicios se dividen en dos criterios: (por sistema y por plan)

Los criterios por sistema son:

- Sistema de vocablos descriptivos. Se considera al hotel de lujo como óptima categoría.
- Sistema de clave de letras. La categoría óptima es AA en orden descendente, A, B, C y D.
- Sistema de estrellas. La categoría óptima es de 5 estrellas y desciende hasta una.

Los criterios por plan se constituyen por:

- 1 estrella. Los servicios que ofrece son cambio de blancos y limpieza de la habitación diariamente, baño privado en cada habitación con regadera.
- 2 estrellas. Cuenta con cafetería en determinadas horas, limpieza en la habitación, cambio de blancos, el personal de servicio se encarga de la limpieza de las habitaciones y de recibir al huésped.
- 3 estrellas. Tiene restaurant, cafetería, sus muebles y decoración son de tipo comercial, en algunos casos el personal es bilingüe.
- 4 estrellas. Los servicios que poseen son restaurant, cafetería, bar, salón de banquetes, personal bilingüe, personal de servicio uniformado.
- 5 estrellas. Cuenta con bar, (música y entretenimiento) locales comerciales, atención al huésped las 24 hr del día, salón de banquetes y convenciones, sala de proyecciones, su personal es bilingüe y sus instalaciones son selectas.
- Gran turismo. Lo componen locales comerciales, centro nocturno, salón de banquetes y convenciones, servicio de restaurant, etc.

NUMERO	SISTEMA DE VOCABLOS DESCRIPTIVO	SISTEMA DE LETRAS	SISTEMA DE ESTRELLAS
1	De lujo	AA	*****
2	Superior de primera	A	****
3	Ordinario de primera	B	***
4	Superior de turista	C	**
5	Ordinario de turista	D	*

La clasificación oficial del hotel por estrellas, es la forma más conocida y puede ser uno de los factores que determine su elección, sin embargo esta clasificación no despeja las dudas del consumidor en muchos casos. Ya que es importante conocer la clasifican además por los servicios, la calidad y el lujo que ofrecen

En cuanto a su ubicación se clasifican en diferentes tipos que son:

- Hotel metropolitano. Edificio ubicado dentro de las ciudades. En zonas urbanas y cercano a lugares de esparcimiento.
- Hotel casino. El ingreso por concepto de alojamiento es totalmente secundario.
- Hotel de centros vacacionales. Se encuentra ubicado fuera de las zonas metropolitanas, incluye instalaciones recreativas.
- Hoteles transitorios. Generalmente están localizados en el centro de la ciudad.
- Hoteles residenciales. Son ocupados por un periodo que va desde un mes hasta un año.
- Hotel resort. Por lo general están localizados en áreas de recreación.
- Moteles o moto moteles. Están localizados cerca de las carreteras.

Atendiendo a su operación se dividen en los siguientes:

- Permanentes: Permanecen Abiertos todo el año
- De estación: Operan exclusivamente durante determinadas épocas del año.

En cuanto a su organización se dividen en: Funcionamiento independiente y funcionamiento en cadena.

La Organización Mundial de Turismo es quien determina y unifica los criterios en cuanto a la clasificación hotelera, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los hoteles y hospedajes para alcanzar las estrellas que se pueden ver en casi todas las entradas de los hoteles.

<http://www.mailxmail.com/curso-recepcionista-hotel/concepto-hotel>

1.2.- HIPOTESIS

- A través de la construcción del proyecto de Hotel – Balneario en Huandacareo estaremos influyendo en la población para revalorizar el acervo de Interés turístico.
- Con esto lograremos la disponibilidad de una oferta hotelera de calidad y accesible para todos los segmentos que integran la demanda turística.
- Estaremos influyendo directamente en la reactivación de la economía local de la zona.
- Crearemos oportunidades de Integración y participación de población local en actividades turísticas.
- Con la creación de nuevas fuentes de empleo contribuiremos con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad residente.
- Con la creación de proyectos como este influiremos indirectamente en el aprovechamiento de la diversidad de recursos ambientales para crear una zona de turismo sustentable, que preserve las condiciones ecológicas.

1.3.- OBJETIVOS

1.3.0.- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Michoacán se ha caracterizado por ser un estado con grandes atractivos turísticos por ende requiere consolidar la infraestructura para satisfacer la demanda de servicios. Reposicionar la zona de balnearios como atractivo turístico, mediante la restauración y modernización de sus instalaciones, el mejoramiento de su entorno y salvaguarda del medio natural.

El pueblo de Huandacareo, por la belleza de sus balnearios y sus aguas termales, es el atractivo y la tranquilidad que se desea para disfrutar después de una temporada intensa de trabajo. Al contar con estas cualidades, restara solo, crear los espacios necesarios para el hospedaje, el recreo y el esparcimiento, que permitan brindar la atención esmerada que desea el turista.

Existiendo esta variedad de servicios, indirectamente influirá uno sobre el otro tal es el caso, de una persona que arribe a la población con el fin de visitar un buen restaurant y por casualidad escucha comentarios agradables acerca de los balnearios, tal vez por curiosidad los visite y le agraden, de este mismo modo en el caso de existir hoteles podrán permanecer por mayor tiempo en el lugar.

Diversificación de la oferta turística mediante identificación de productos complementarios. Es muy importante la diversificación de mercados, ya que los sitios afines siempre influyen de una manera indirecta el uno sobre el otro y además forman en conjunto, unidades prestadoras de servicios para el bienestar del turista.

Incorporación de la población local en proyectos turísticos, Al impulsar la actividad turística de este lugar permitirá el florecimiento de nuevas fuentes de trabajo para los lugareños evitando así en parte la gran migración existente hacia otras ciudades o países.

Capacitación turística con cursos personalizados, Para lograr el objetivo de establecer un centro recreativo es necesario conjugar los esfuerzos de distintas dependencias de gobierno y de la iniciativa privada, respondiendo así al crecimiento de la demanda turística en esta región.

Incremento de la afluencia turística, estadía y derrama económica, El tema de Hotel-Balneario en Huandacareo tendrá como finalidad ofrecer al turista, un lugar de esparcimiento y descanso, además contara con servicios de alojamiento para el turismo de tipo medio ya que no existe actualmente en la entidad algún establecimiento de hospedaje que cubra la demanda turística de este tipo e igualmente los servicios que se requieren para la misma.

Es importante promover la inversión privada para la construcción de hoteles, particularmente los de 2 y 3 estrellas, con la finalidad de integrarlos a la categoría turística. En este sentido, se espera que los establecimientos se vayan poco a poco transformando en hoteles de categoría turística (4 estrellas o más), contribuyendo a disminuir la cantidad de establecimientos que no cumplan con

los requisitos que se establecen para ese rango. Asimismo se espera brindar un servicio de calidad, con instalaciones adecuadas y personal capacitado para atender a los visitantes.

Se propone un hotel, canchas y un balneario, aprovechando que el terreno cuenta con un pozo artesanal de aguas termales; el terreno se encuentra ubicado en la zona donde se localizan los demás balnearios por lo cual se considera que a no existir ningún otro sitio de hospedaje tendrán que recurrir a este.

Existe una gran cantidad de recursos turísticos sin explotar, pero con el impulso requerido y un buen apoyo económico se podrá convertir en poco tiempo en unidades productoras de servicios con todos los beneficios derivados como generación de empleos en la construcción física de la obra o para crear la demanda de empleos indirectos.

La justificación para el desarrollo y el apoyo necesario del sector turismo se tiene al considerar al estado de Michoacán dentro de las áreas prioritarias para el crecimiento urgente y necesario del turismo a nivel nacional dentro del plan nacional de desarrollo turístico.

1.3.1.- JUSTIFICACIÓN DEL TERRENO

El proyecto hotel-balneario que se pretende construir en la población de Huandacareo será financiado por la iniciativa privada que ya cuenta con dicho terreno el cual se localiza al suroeste con respecto a la población a un km. de la misma en el área donde se encuentran los demás balnearios.

Cuenta con una ubicación excepcional, ya que este se localiza en esquina, lo cual le permite una visibilidad maravillosa, y acceso por una avenida principal y una calle secundaria, además cuenta con todos los servicios infra-estructura, otro factor muy importante es el de ya contar con pozo de aguas termales por lo cual se ve favorecido enormemente.

El hecho de encontrarse prácticamente rodeado por los demás balnearios los cuales ya cuentan con una clientela establecida le permitirá atraer con más facilidad al turista.

Con un buen proyecto para lograr unas instalaciones aptas podremos ofrecerle al turista un establecimiento apropiado a sus necesidades y de esta manera lograr que este permanezca por mayor tiempo en la entidad. Ya que actualmente la estancia promedio de este es de un día, debido a la falta existente de establecimiento de hospedaje.

UBICACIÓN DEL TERRENO EN LA ZONA DE BALNEARIOS



1.4.- LIMITACIONES

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las causas y motivos que delimitan el turismo en la entidad son las siguientes:

DEBILIDADES

Zona con potencial desaprovechado, zona arqueológica y los balnearios de Huandacareo.

AMENAZAS

Reducción de afluencia turística en virtud del clima general de inseguridad del país.

FALTA DE PROPAGANDA

Es necesario realizar esfuerzos promocionales que logren incrementar la afluencia de visitantes como su estancia en promedio, esto lo podemos lograr por medio de la creación de páginas web, que actualmente es uno de los medios más influyentes para dar a conocer destinos turísticos ya que tiene un alcance a nivel mundial y lo puede acceder cualquier persona, nos muestra de forma muy sencilla la ubicación del lugar como fotos, videos, servicios con que cuenta y costos del establecimiento, distribución de información por medios impresos o promociones en agencias de viajes en el estado y en otros estados, o utilizar los medios masivos de comunicación para informar y promover el destino turístico.

En estudios recientes hechos por Sectur, se observa que el medio más efectivo de hacer promoción a un lugar sigue siendo la recomendación hecha por personas que visitaron el sitio, que hacen entre familiares y amigos una vez regresando a su lugar de residencia habitual. Esto hace resaltar la importancia de lograr que todo visitante se lleve la mejor impresión del lugar para que se convierta en un elemento positivo de promoción, lo cual se puede lograr por medio de campañas de concientización locales para mejorar la imagen local y la atención al turista.

Por lo tanto el medio más efectivo es la recomendación, pero esto tal vez se deba a que tanto el sector oficial como el privado no se han preocupado lo suficiente por incrementar o dar más auge a los otros medios de promoción.

El radio de influencia inmediato que se contempla con respecto a una población es de 75 km. para este tipo de establecimientos, actualmente las personas que concurren a los balnearios de Huandacareo provienen de poblaciones localizadas dentro de su radio de influencia, geográfico inmediato dicho radio está considerado como la distancia optima en que se traslada una persona de un sitio a otro y de regreso en el intervalo de un día, sin la necesidad de hospedarse en poblaciones intermedias, realmente pocas personas ajenas a esta área visitan exclusivamente los balnearios, en su mayoría son personas que llegan a la población con otros fines, tales como visitar a familiares, negocios, fiestas navideñas o religiosas, por lo cual aprovechan la ocasión para visitar los balnearios.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS NO APTOS PARA RETENER AL TURISTA POR MAYOR TIEMPO

Los establecimientos existentes en la localidad ofrecen servicios recreativos, albercas y de alimentación bastante aceptables, además cuentan con áreas para acampar, desafortunadamente, personas que no planearon quedarse por mayor tiempo y de momento así lo deseen enfrentan el problema ocasionado por la falta de cupo en los establecimientos de hospedaje, por lo cual se ven obligados a retornar a su lugar de procedencia.

Básicamente este es el problema primordial al que se enfrenta esta población; pues al no existir el cupo donde hospedar al turista se ven reducidas las posibilidades de retener a este por mayor tiempo, siendo esto lo que se pretende, además, ya con la existencia de un sitio de hospedaje automáticamente el radio de influencia de la población se amplía para recibir cada vez mayor número de personas y por mayor tiempo.

FALTA DE POLÍTICAS DE DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS POR PARTE DE LOS SECTORES OFICIAL Y PRIVADO.

El sector oficial ha demostrado muy poco interés o tal vez nulo, pues hasta el momento no se ha observado su intervención en ningún sentido, no existe ningún tipo de información de los balnearios, como estadísticas, servicios que ofrecen, difusión, o que estén contemplados en algún plan de desarrollo turístico del estado. Por lo que concierne al sector privado; estos se han dedicado a construir exclusivamente balnearios, sin tomar en cuenta otros elementos tan importantes como sitios de hospedaje, restaurantes, bares etc. Los cuales en determinado momento al conjugarse forman una unidad prestadora de servicios, que atraen al turista a la población por diversos motivos.

MIGRACIÓN POR FALTA DE OPORTUNIDADES DE EMPLEO.

Este es uno de los principales problemas a los que se enfrenta la población de Huandacareo, ya que la migración de sus habitantes ascendió para el año 2000 en un 14.33% según datos SNIM proporcionados por la presidencia municipal, se debe destacar que la población emigrante principalmente joven se encuentra entre los 15 y 30 años de edad, esto se debe básicamente a la falta de variedad de fuentes de trabajo los cuales proporcionan al individuo bienestar económico. Al no existir dichas fuentes de trabajo el lugareño se ve obligado a emigrar a otras ciudades o países en busca de un mejor medio de vida, ocasionando que la fuerza de trabajo se disperse y produzca plusvalía para otras ciudades y no para la misma.

FALTA DE ORGANIZACIÓN POR PARTE DE LOS PROPIETARIOS DE LOS BALNEARIOS

Uno de los principales problemas a los que se enfrentan los propietarios de los balnearios en Huandacareo es la falta de organización, tanto como asociación local, como de forma individual, ya que para poder acceder a los programas de apoyo que pudieran existir por parte del sector gubernamental, deben presentar datos estadísticos que demuestren que son empresas rentables y bien organizadas, desafortunadamente en algunos casos no cuentan ni con una administración interna que les permita saber con exactitud la afluencia turística así como los ingresos de su establecimiento.

CONTEXTO

SOCIOCULTURAL

2.- Marco histórico

2.1.- Antecedentes históricos de Huandacareo

2.2.- Escudo de armas

2.3.- Antecedentes históricos del turismo en Michoacán

2.4.- Antecedentes históricos de la industria Hotelera en el mundo

2.5.- Historia de la hotelería en México

2.6.- Antecedentes históricos de la hotelería en Huandacareo

2.7.- Antecedentes de los balnearios de Huandacareo

2.8.- Conclusiones



CONTEXTO SOCIOCULTURAL



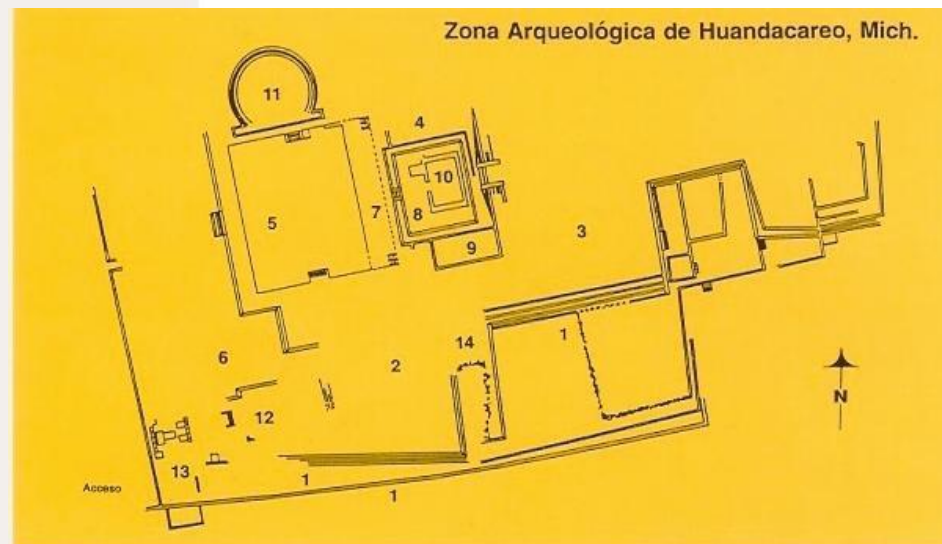
2.- MARCO HISTORICO

2.1.- ANTECEDENTES HISTORICOS DE HUANDACAREO

En la relación de Michoacán se asegura que 300 años antes de la conquista europea, un triunvirato formado por los dirigentes Xiripan, Xinquingare y Tanganxoan, partieron de Pátzcuaro a conquistar Cuitzeo, en donde se fundaron varios centros religiosos, políticos y económicos.

La población data de tiempos prehispánicos y formó parte de una de las culturas más antiguas de la región, denominada “Chupícuaro”, que se asentó en las riveras del Lago de Cuitzeo. Recibieron la influencia de los Teotihuacanos y Pre Tarascos. Posteriormente fueron sometidos por los tarascos, a los que tributaban.

El aparato gubernamental central con residencia en Pátzcuaro y posteriormente en Tzintzuntzan estaba formado por: el Canzonci (gobernador), el Capitán General (militar), los Diputados (recaudadores), los Ocambecha (regañador o amonestador) y el Petamuti (sacerdote mayor). El Canzonci como representante del dios Curicaveri y como tal gobernaba y mantenía vivo el culto del dios.



- | | | |
|-----------------------|----------------------|--------------------------------------|
| 1 Muros de contención | 6 Plataforma | 11 Montículo 1 |
| 2 Plaza 1 | 7 Pozo 1 | 12 Montículo 3 |
| 3 Plaza Este | 8 Montículo 2 (M-2) | 13 Patio de las tumbas (M-3) |
| 4 Plaza Norte | 9 Adoratorio del M-2 | 14 Centro del control administrativo |
| 5 Plaza Hundida | 10 Templo del M-2 | |

IDEN <http://www.municipiosmich.gob.mx/huandacareo/municipio/historia/origenes.php>

Según la “crónica de la orden de san Agustín” es un poblado de origen tarasco ubicado en la ribera norte del lago de Cuitzeo, el nombre le fue dado por el rey Tariatari, quien fue el primer rey de la dinastía Caltzontzin dice la crónica que, habiendo concertado los Aztecas con los Tarascos una guerra con el fin de capturar prisioneros, combatieron ferozmente en Taximaloyan (cd. Hidalgo). Habiendo derrotado los Tarascos a los Aztecas, el vencedor Tariatari se propuso hacer retirada de la proximidad de su reino a los Chichimecas que frecuentemente incursionaban en la parte norte de su reino, al retirarse de Taximaloyan por la parte oriental del lago de Cuitzeo, tuvo su primer contacto con los Chichimecas en Yuriria-Pundaro (campo de sangre), derrotándolos y persiguiéndolos hasta los límites de los ahora estados de Guanajuato y San Luis Potosí.

Zona arqueológica de Huandacareo
<http://www.huandarqueologia.galeon.com/>



Vasija de cerámica encontrada en zona arqueológica de Huandacareo
<http://www.huandarqueologia.galeon.com/>



De acuerdo a la tradición local, a su regreso llegó al pueblo a dejar a los indios que lo habían acompañado y los caciques le hicieron un gran recibimiento por lo que el rey dio al poblado el nombre de Huandacareo que significa “Lugar de discursos”. Fueron conquistados por los españoles, pasando a formar parte de la administración de los Monjes Agustinos, quienes establecieron en ese lugar una hacienda que absorbió toda la fuerza de trabajo indígena local. Civilmente, durante el período colonial, perteneció a la población de Cuitzeo, y era considerada como uno de los lugares más fértiles, producían maíz, trigo y verduras.

Existen recientes hallazgos de un templo ceremonial ubicado al este de la población de Huandacareo que perteneció a esta cultura, se cree que estas ruinas pertenecieron a ellos de 1200 a 1500 d.c. siendo este lugar donde se cree fueron las raíces del actual pueblo de Huandacareo. El cual funcionó hasta que los españoles conquistaron en 1524 el imperio Tarasco, estando bajo el dominio de Tzintzuntzan.

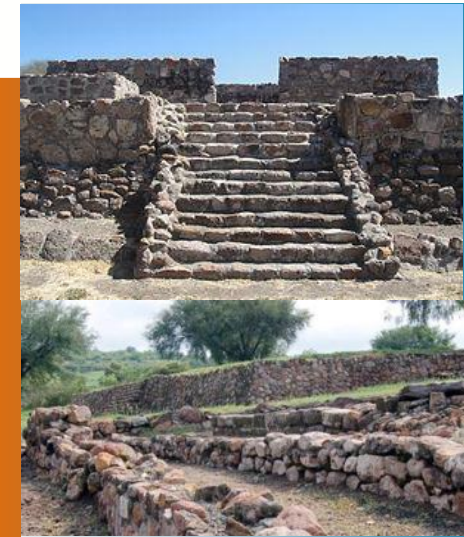
Vino la conquista española y junto a los pueblos ribereños fue dado en encomienda a Gonzalo López, con cabecera en Cuitzeo, perteneciendo a la Corona Española en 1563. Pasando a formar parte de la administración de los monjes agustinos, quienes establecieron en este lugar una hacienda que absorbió toda la fuerza de trabajo indígena local. Civilmente, durante el período colonial, perteneció a la población de Cuitzeo, y era considerada como uno de los lugares más fértiles, producían maíz, trigo y verduras.

Fray Antonio de Villafuerte llegó a Cuitzeo en 1550, acompañando de Fray Miguel Alvarado, él fue quien inició en Mayo de 1551 la evangelización de esta tierra, trayendo consigo el Cristo de “El Señor del Amparo”. Huandacareo pertenecía a Cuitzeo de quien era tenencia.



Nuestro pueblo registro en la memoria de la historia, que el 8 de Enero de 1918, 82 valientes pobladores contribuyeron a la reivindicación de los valores revolucionarios al poner serio tropiezo a la hueste vandálica encabezada por J. Inés Chávez García, quien con lujo de fuerza y maña arrasaba pueblos aún mayores que el nuestro, pero quedó demostrado que con los Huandacarenses era más el valor y aprecio al pueblo y sus familiares que las limitaciones de sus armas, con que hicieron frente y derrotaron a 1,500 Chavistas. Distribuidos en siete retenes, comandados por jefe y subjefe, dispararon su cañón y al fragor de la batalla, administraron su parque y fortalecieron su valor y su honra.

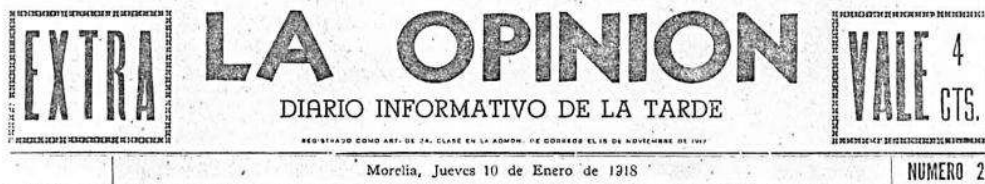
Torre del templo viejo desde donde se combatió al bandolero Inés Chávez
<http://www.huandaevensemsan.galeon.com/>



Zona arqueológica de Huandacareo
<http://www.huandarqueologia.galeon.com/>



El Señor del Amparo
<http://www.huandaevensemsan.galeon.com/>



EL BANDIDO INES CHAVEZ GARCIA, SUFRIO AYER TREMENDA DERROTA

Los Vecinos del P. de Huandacareo, se Defendieron Heroicamente

EL VALIENTE GRAL. JOSE L. FLORES, CON LAS CABALLERIAS DE SU MANDO ATACO CON VIGOR LA RETAGUARDIA DEL ENEMIGO

Como lo ofrecimos ayer a nuestros lectores, con la debida autorización, hoy damos a conocer el siguiente Parte oficial de la derrota infringida a los bandoleros encabezados por el tristemente célebre Chávez García, quien por segunda vez fué fustigado, por las fuerzas legalistas a las órdenes del General Estrada.

No obstante las perversas versiones de los enemigos de la Revolución y por ende del Constitucionalismo, tenemos la muy firme convicción, que el actual Jefe de las Operaciones Militares en el Estado, logrará el pronto restablecimiento de la paz que tanto anhelamos.

Esta victoria alcanzada por los leales, nos ha llenado de júbilo y por ella enviamos a las Autoridades Militares y a los heroicos defensores de Huandacareo, nuestras calurosas felicitaciones. He aquí el parte oficial.

Morelia, Mich., Enero 9 de 1918.

General J. AGUSTIN CASTRO, Subsecretario de Guerra y Marina.

MEXICO, D. F.

Número 103. Comunico a Ud. últimas operaciones; En su oportunidad rendí a usted parte de la derrota sufrida por enemigo en Santa Ana con fecha primero.

Con fecha tres me vi obligado a movilizarme violentamente a esta porque trescientos bandoleros de Altamirano habían interrumpido comunicación con Acámbaro. Posteriormente fué movilizado setenta y tres batallón para nuevo desarrollo operaciones contra Chávez García, que ocupó con mil doscientos hombres Santa Ana Maya y Cuitzeo, pues recibió refuerzo de Altamirano y de Guanajuato.

Ayer día ocho recibí aviso, bandoleros movilizáronse contra Huandacareo con fin atacarlo.

Esto determinó que General José L. Flores con 71 Re-

gimiento de su Brigada, el 8o. Regimiento del Teniente Coronel Magaña Uribe y el 216 del Teniente Coronel Anacleto López, que quedaron a sus órdenes directas, se movilizara violentamente de Puruándiro sobre Huandacareo, al propio tiempo que setenta y tres batallón del Coronel Serrato se movilizó de esta con el mismo objetivo.

Por su parte el enemigo a las cuatro de la tarde inició vigoroso ataque contra Huandacareo, donde ochenta bravos vecinos al mando de su Jefe el Señor Nicolás Núñez, hicieron temeraria resistencia; teniendo a raya a fascinerosos hasta las siete de la noche en que el General Flores, procedente de Puruándiro y previo correcto dispositivo de los regimientos de su mando, atacó vigorosamente retaguardia del enemigo poniéndolo en treinta minutos, en completa desbandada a pesar de lo escabroso del terreno y oscuridad de la noche.

Enemigo abandonó treinta y cuatro muertos, doscientos cuarenta y cinco caballos la mayor parte ensillados, cuarenta armas en buen estado; diez instrumentos de música y ciento cincuenta maletas de impedimenta. Huellas de sangre muy numerosas. El parte solo se refiere a lo que consta.

Por nuestra parte se tuvo un muerto y un herido del 8o. Regimiento, un muerto del 216o. Regimiento y tres heridos de los bravos defensores civiles de Huandacareo.

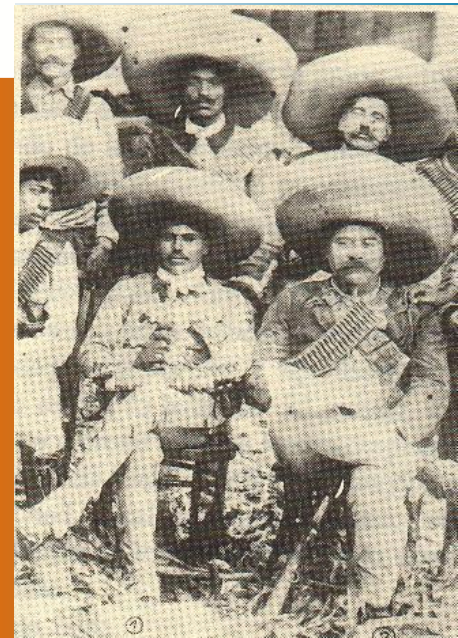
Creo de justicia hacer notar la pericia del General Flores; la tenacidad de nuestras unidades de caballería y la brava conducta de los civiles de Huandacareo.

Como usted vé, parece que las armas van confirmando nuestro optimismo en el éxito final completo de la campaña de Michoacán.

Respetuosamente, General Jefe de Operaciones,
E. ESTRADA.

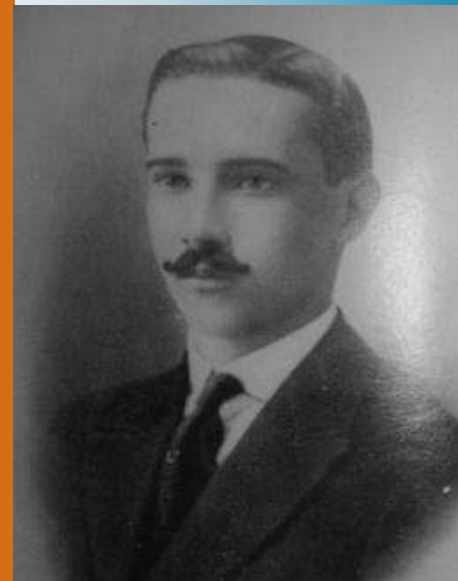
Levantaremos la voz en cualquier foro para enaltecer a esos valerosos defensores y entre ellos al jefe de la Defensa Don Nicolás Núñez y Don Salvador Urrutia, que planteo la eficiente estrategia que coronaria en el triunfo, algo que para otros pueblos resultaba inverosímil.

Después de los heroicos hechos de 1918 y en parte como agradecimiento por los servicios prestados por varios de los pobladores del municipio al gobierno del estado, Pascual Ortiz Rubio, Gobernador Constitucional del estado a Solicitud del Pueblo presentó la iniciativa al Congreso del Estado para constituir el Municipio de Huandacareo, misma que fue aprobada por mayoría no obstante el voto en contra del diputado que representaba el Municipio de Cuitzeo, por decreto No 96 del día 28 de Noviembre de 1919, se crea el Municipio de Huandacareo y el día 30 del mismo mes y año quedo integrado el primer ayuntamiento siendo designado presidente para el efecto de celebrar elecciones el señor Ponciano Chávez Díaz, quien cumplió con su objetivo y el 1 de Enero de 1920, tomo posesión el primer ayuntamiento constitucional, siendo el primer presidente Municipal Constitucional Luís Núñez Martínez. El municipio quedo integrado por la Cabecera Municipal (Huandacareo) por la Tenencia de Capacho, Rancho de San José Cuaro, Rancho de Tupataro, Rancho de Tupatarillo, la Hacienda de Huandacareo (Estancia) y los Ranchos de San Cristóbal, Llano Grande, El Jaripal y el Aguacate.



Inés Chávez sentado al centro.

<http://www.huandarqueologia.galeon.com/>



Don Salvador Urrutia

<http://www.huandarqueologia.galeon.com/>

2.2.- ESCUDO DE ARMAS



Primer mantel. Color rojo fuego que representa al Dios Curicaveri, deidad del fuego cósmico de los purépechas. El Petámuti de pie sobre un Cú o yácata, con los atributos propios del bastón de mando y el distintivo de los señores Uacúsecha, a los que perteneció el Rey Tariacuri que consolidó sus dominios en esta región. El glifo de la palabra simboliza la expresión Huandacareo.

Segundo mantel. Color amarillo oro símbolo de nobleza, con el comandante de la defensa del 8 de enero de 1918, Salvador Urrutia y el Jefe de Armas de Huandacareo Nicolás Núñez, orlados con las ramas de encino y de laurel que expresan la victoria y la fuerza, así como los símbolos del cañón, el fusil y el clarín con el lábaro patrio, haciendo honor y gloria a todos los defensores de Huandacareo.

Tercer mantel. Color verde claro que representa la vida, con una mazorca de maíz, dos frutos de sorgo y un sombrero, significando la producción agrícola y artesanal del municipio.

Cuarto mantel. Color rosa mexicano que denota atractivo turístico, con el glifo prehispánico de agua caliente o manantial, significando la progresista industria turística regional. Al centro se alza la cruz barroca de Huandacareo que sintetiza los tres siglos de dominación española, asimismo como el mestizaje cultural, la espiritualidad del pueblo y el humanismo de la religión católica.

En la parte inferior se despliega un listón con el nombre de Huandacareo, Mich., y las fechas 1919-1999, para Conmemorar los 75 años de haber sido elevado a Municipio Libre por el Gobernador del Estado de Michoacán, el C. Ing. Pascual Ortiz Rubio.

Actualmente Huandacareo está considerado como el pueblo más próspero de la rivera del lago de cuitzeo, unas de sus principales actividades que le han dado este auge son los balnearios, la porcicultura, la fabricación de sombreros de palma, los textiles, la ganadería y agricultura y aun dado a esto tanto joven y familiares enteras que emigran hacia el país vecino en busca de mejorar su medio de vida y con la esperanza de regresar algún día a la población con el fin de establecer algún negocios que desahogue sus necesidades.

Es un pueblo con aproximadamente 18,065 habitantes, el cual se encuentra a 46.3 km. de la capital del estado sobre la carretera Morelia-Puruandiro, está ubicado en la rivera del Lago de Cuitzeo lo cual origina que el pueblo tenga un clima natural con una temperatura que oscila desde 0.00 hasta 39.5 grados. bastante agradable, cuentan con manantiales de agua termales gracias a las cuales se han construido en atractivos turísticos bastante solicitados por las poblaciones aledañas, además de ser receptores de divisas para la población, ha provocado un mayor movimiento en los demás comercios de la población aumentando así los ingresos para todos.

Antecedentes Históricos, Charanda-Internet, 22 de Noviembre 2008, <http://www.huanda.com.mx/origenes.htm>

arquitectura

2.3.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO EN MICHOACAN

La actividad turística surge como una organización prestadora de servicios en Michoacán a mediados del pasado siglo. Desde entonces ha ido en aumento, propiciado esto por la gran cantidad de recursos naturales, folklóricos, culturales, históricos y recreativos.

Los primeros centros turísticos que florecieron fueron: Morelia, capital del estado, conocidos mundialmente por sus edificios de cantera rosa, su Catedral y por tener su sede de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, sin olvidar también su famoso Acueducto, la ciudad está considerada como una joya arquitectónica colonial.

Pátzcuaro, por su importancia durante la colonia, su hermoso lago y las islas de Janitzio, La Pacanda, Tecuen, Yunuen y las construcciones típicas de esta región, han hecho de esta ciudad, visita obligada de turistas nacionales y extranjeros.

Uruapan, considerando como centros comercial y turístico, puerta de tierra caliente, vía de acceso para el sur y sureste michoacano, Lázaro Cárdenas, Playa Azul, Apatzingán etc., ciudades florecientes de esta región, cuenta además con el ya afamado parque nacional “Eduardo Ruiz”, único en su género en México donde nace el río Cupatitzio, La rodilla del diablo, la hermosa cascada “La Tzararacua”.

La región nororiental con sus balneario de aguas termales como Los Azufres, Zinapecuaro, Huandacareo y otros que no han alcanzado pleno desarrollo, pero que pueden ser tan visitados o más que los centros tradicionales de descanso. Se tiene clasificados 450 manantiales en la región norte, conocida como ruta de la salud.

A partir de la década de los 60's se establecen hoteles de mayor categoría en las principales ciudades y sitio de recreo: San José Purua, Morelia, Uruapan, Pátzcuaro, Zamora, Playa Azul, La Piedad, Lázaro Cárdenas, etc., De igual manera se crea la infraestructura adecuada como son las carreteras, además de efectúan remodelaciones a balnearios y centros turísticos para que puedan prestar un mejor servicio al turista.

El estado cuenta con lagos, ríos, parques nacionales naturales, lugares históricos, vestigios de nuestros antepasados, monumentos coloniales zoológicos, museos, teatros, folklore y artesanías muy bellas como las trabajadas en barro elaboradas en Tzintzuntzan, el cobre en Santa Clara del Cobre, la cerámica, la alfarería, las artesanías hechas en tule o mimbre, los hilados y tejidos de Pátzcuaro, Quiroga y Paracho, además de elaborarse ahí también bellas guitarras. Todos estos lugares turísticos están comunicados por carreteras pavimentadas, además cuenta con toda la infraestructura básica, como: agua, luz, drenaje, televisión y teléfono.

Uno de los lagos de mayor extensión e importancia en el estado es el lago de cuitzeo, a orillas del cual se encuentra la población de Huandacareo, ya conocida por sus hermosos balnearios de aguas termales, sus artesanías hechas de tule (canastas y petates), de

mimbre y carrizo (chundes), de palma (sombreros), de hule (bolsas de mano y canastos), donde además podemos encontrar vestigios de nuestra cultura antepasada en sus yacatas y centro ceremonial purépecha.

2.4.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN EL MUNDO

Para hacer una historia completa de la industria hotelera tendría que remontarse algunos 2,000 años en el pasado; sin embargo, por razones prácticas, el manejo de albergues como tales no fue posible hasta la adopción de un medio normalizado de intercambio. Con la aparición de la moneda, hacia el siglo VI a. C., se produjo el impulso real para que las personas comerciaran y viajaran entonces al ampliarse el radio de acción de los viajeros, fuera haciéndose mayor necesidad de alojamiento, los primeros albergues no eran más que partes pequeñas de residencias privadas, típicamente, siendo estas instituciones de autoservicio, rara vez limpias, y dirigidos casi siempre por sus propietarios poco progresistas y algunas veces de mala reputación. Estas condiciones, con pocos cambios permanecieron durante varios siglos.

EUROPA CUNA DE LA HOTELERÍA.

Lo que hoy conocemos como “Hotelería” tiene su origen en la Edad Media, con la aparición de Posadas y Hospederías en varios países de Europa. Esto mismo ocurrió en España, más tarde, con la edificación de “Ventas” a mitad de los caminos.

No fue sino hasta cuando se llevó a cabo la revolución industrial en Inglaterra cuando se produjeron inicios de progreso y nuevas ideas en el negocio de los hoteles durante los años de 1750 a 1820, los albergues británicos se ganaron la reputación de los mejores del mundo sus primeros desarrollos se concentraron en Londres y en torno a esta ciudad, donde los hoteleros aumentaron los servicios y mantuvieron altos niveles de limpieza. Los albergues de Inglaterra alcanzan la cima en el periodo pickwick, después de esto caen en lo rutinario sin instaurar nuevos progresos.

Mientras tanto los norteamericanos mostraron no tener esas inhibiciones, estos eran radicales aventureros y expansionistas en poco tiempo logran construir los mejores del mundo ofreciendo los mejores servicios que podían encontrarse en cualquier parte del mundo.

Mientras que los hoteles europeos solo funcionaban para los miembros de la aristocracia que supuestamente eran los únicos que tenían derecho a las comodidades y al lujo, mientras que en Norteamérica cualquier persona podía disponer de los servicios de un hotel, en tanto que pudiera pagar por ello, y las tarifas estaban dentro de las posibilidades económicas de casi todo el mundo.

En 1829 el Arq. Isaias Rogers, construye el hotel Tremont House que sería un paso decisivo influyendo considerablemente en la arquitectura hotelera. Los albergues tipos de esa época consistían de una a dos grandes habitaciones que contenían de 3 a 10 camas estos últimos eran grandes y podían dar acomodo a varias personas al mismo tiempo, el Tremont House fue uno de los primeros hoteles que tuvo habitaciones privadas, simples o dobles, además cada una de ellas tenía un cerrojo, se introdujo la cocina francesa por primera vez en un hotel, los “botones” (mozos), el anunciador (precursor del teléfono en las habitaciones).

En 1908 el 18 de enero la apertura del hotel Staedtler en Búfalo Nueva York marco una nueva época en la industria hotelera fue el nacimiento de hotel comercial moderno, se implantaron por primera vez en ese hotel: puertas contra incendios que protegían las dos escaleras principales; una cerradura de puerta con el ojo exactamente encima de la manija, un interruptor de luz al lado de la puerta, un baño privado, espejo de cuerpo entero y agua para cada habitación, se trataba de un hotel moderno que proporcionaba comodidad, servicios y limpieza para la gente de la clase media.

Después de la construcción de Staedtler hotel hubo una época de inactividad en la industria hotelera causada por la construcción de este hotel y por otra parte también la Primera Guerra Mundial; pero en 1920 –1930 la hotelería alcanzo el punto máximo de todos los tiempos tanto en el número de edificios construidos como en tamaño.

En 1930 los Estados Unidos sufren la gran depresión, la burbuja estallo y los hoteles se desplomaron de una edad de oro al periodo más infortunado, el 85% de los hoteles se colocaron bajo administración judicial o sometidos a liquidación.

Hacia 1940 la industria hotelera se estaba estabilizando de manera lenta y había optimismo sobre el futuro, solo dos años después el desencadenamiento de la Segunda Guerra Mundial provoca el mayor movimiento de personas conocido en Norteamérica, las personas se movían de un lado a otro lo cual provoco la demanda de habitaciones y servicios hoteleros, alcanzando en este periodo su punto máximo de demanda de todas las épocas todavía para 1947 los hoteles funcionaban con una ocupación de más de 90% para 1948 se observó una tendencia decente, que preparo la escena para las próximas décadas, las cuales han mantenido sin grandes variaciones, actualmente la industria hotelera a nivel mundial está siendo impulsada fuertemente, esto es causado por la afición de viajar del hombre moderno, que aspira a retornar temporalmente a una vida nómada, con el fin de recorrer una o varias partes por distracción o recreo.

[HTTP://HTML.RINCONDELVAGO.COM/HISTORIA-DE-LA-INDUSTRIA-HOTELERA-MEXICANA.HTML](http://HTML.RINCONDELVAGO.COM/HISTORIA-DE-LA-INDUSTRIA-HOTELERA-MEXICANA.HTML)

2.5.- HISTORIA DE LA HOTELERÍA EN MÉXICO DATOS DE MAYOR RELEVANCIA

En el México pre cortesano, por lo menos en el camino que comunica la Villa Rica de la Veracruz y la ciudad de Tenochtitlan, había casas de refugio o albergues donde podían alojarse los mercaderes. En cuanto a los mercaderes Aztecas, los Pochteca ellos eran personajes de calidad tan alta como la de los guerreros y los sacerdotes, estos desempeñaban funciones tan importantes como la de embajadores, investigadores de mercados, topógrafos y de estrategia tanto económica como militar y político. En sus viajes contaban con elementos suficientes para acampar en despoblado, y al arribar a lugares poblados, los caciques les proporcionaban alojamiento y alimentación adecuada a su rango.

COMENZAREMOS HABLANDO YA EN CONCRETO DEL SITIO DE HOSPEDAJE MÁS CONOCIDO: EL MESÓN.

Esta forma de hospedaje ha jugado un papel muy importante en nuestra historia, el mesón servía como agencia de viajes, al ofrecer boletos para los viajeros además, de alimentos y alojamiento para aquellos que iban de paso, ofrecían también establos para decenas de caballos, con el fin de hacer varios cambios de caballos al día.

El viajar represento una aventura peligrosa en aquellos tiempos, debido a los asaltos. Enfermedades contagiosas, resultar herido al desbocarse los caballos o morir de frio en una helada. El mesón ofrecía comodidades mínimas para los viajeros, la mayoría de la gente comía en cocinas comunales, y en los dormitorios podían permitirse el privilegio de dormir en los escasos cuartos privados.

El trafico español en la frecuentada ruta Veracruz-México, genero la necesidad de fundar los primeros mesones virreinales que con dinámica nueva y cambios fundamentales continuaron la tradición hospitalaria de los antiguos albergues prehispánicos.

El primer mesón autorizado oficialmente fue en 1525 el 20 de junio, ubicado en “Pinavizapa” Veracruz, propiedad del señor Francisco Aguilar quien construye el segundo mesón el 10 de octubre del mismo año comenzando así con la primera cadena de mesones.

EN LOS MESONES SE OBSERVAN DOS DIFERENCIAS IMPORTANTES:

- 1.- Los mesones privados para gente de calidad, en donde algunos comenzaban a tener una especie de recibidor.
- 2.- Los mesones semi-privados, los cuales eran cuartos con cuatro camas cada una en un rincón del aposento, en donde aparte de esto se encontraba el ropero, la silla, el aguamanil y el perchero, los pisos eran de ladrillo el cual se lavaba semanalmente y las paredes escaladas, cuando se podían anualmente. En el traspatio el carruaje de los señores y sus servidores dormían en salas comunes o dentro del mismo carruaje.

Los sanitarios (flauta) eran un agujero con diferentes diámetros, el servicio de baño no existía, solo en el caso de que el viajero lo exigiera, se le colocaba una tina circular de madera en el centro del cuarto la cual se llenaba con cubetas de agua caliente y fría, este servicio era de lujo y poco frecuente.

En la nueva España se funda el primer hotel de América en el año 1818 en cual recibe por nombre “Hotel de la Gran Sociedad” anticipándose a Estados Unidos, donde hasta después de 10 años en 1828, en Boston adoptarían este sistema.

Este hotel prestaba servicios tales como: cuartos privados, en su mayoría en el segundo piso, en el primer piso cuartos semiprivados para mozos y servidumbre de los huéspedes, áreas especiales para cocheros, palafreneros, caballerizas y cochera ubicada donde los malos olores no molestaran al huésped.

Conocemos como los primeros hoteleros de México y América a Francisco Solares y Francisco Coquelet (Hotel de la Gran Sociedad) con el que inauguran propiamente lo que es la arquitectura hotelera 10 años que los Estados Unidos lo hicieran en Boston (cronología bastante somera).

Hacia el año 1810 se contaba con 19 mesones y 2 posadas en 1818 se construye lo que viene siendo el primer hotel del mundo, el Hotel de la Gran Sociedad. Ubicada en la esquina de las calles de Refugio y Espíritu Santo (hoy esquina de la ave. 16 de Septiembre y Isabel la Católica) que ha sido y sigue siendo punto de referencia urbana para varias generaciones.

El flamante “Hotel”, fundado a fines de 1700, nació como un Mesón. En razón de la demanda de alojamiento y de la sagacidad de los propietarios le fue agregado un piso adicional, proyectado y construido para alojar y dar albergue; “cuartos de hotel” como diríamos actualmente. Pocos años después, este mesón absorbió nuevas ampliaciones y adaptaciones, y renunciando al nombre de “Mesón”, adoptó uno nuevo: “Posada”, con habitaciones privadas -en su mayoría-, en el segundo piso, y en el primero, cuartos semiprivados para mozos y servidumbre de los huéspedes; áreas especiales para cocheros, palafreberos y caballerizas, y cocheros ubicadas en forma conveniente para que los olores no molestaran a los huéspedes.

Data de 1883, En la plenitud del porfirismo la referencia más antigua que hemos encontrado respecto al forastero que empieza a ser denominado “turista” y está relacionada con la noticia de la edificación de una “grandísimo hotel”, el Hotel de la Reforma, ubicado precisamente en el Paseo de la Reforma. Cuando empezaron a presentarse con regularidad en la Cd. de México excursiones de Norteamericanos, turistas impulsados por aquella mística colonizadora Estadounidense.

En 1910 la capital de México ya contaba con 43 hoteles y seis casas de huéspedes que fueron inundadas por turistas para asistir a las fiestas del centenario, Por otra parte eran 19 los restaurantes y cafés de categoría turista. Las empresas comerciales más antiguas que permanecen trabajando dentro de su mismo giro, se alude al Hotel Guardiola (1873), Hotel Guillow (1878), Hotel Isabel (1913) y el Hotel Regis (1918), demolido a causa del sismo del diecinueve de septiembre de 1985.

Actualmente la industria hotelera mexicana cuenta con una gran diversidad de cadenas hoteleras y se encuentra entre las mejores del mundo; gracias a sus hermosas playas y demás atractivos naturales los cuales han provocado una gran afluencia turística y además han atraído a los grandes inversionistas para que construyan sus bellos hoteles en nuestro país, todo esto es de gran importancia para la nación ya que la captación de divisas por medio del turismo es un fuerte ingreso monetario para nuestro país.

2.6.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA HOTELERÍA EN HUANDACAREO

La hotelería nace de la necesidad de hospedaje, pero depende de la importancia que tendrá el lugar. en el tiempo que surge la hotelería en Huandacareo, hace 77 años era una población pequeña de aproximadamente 6,000 habitantes, en esta época no contaba con servicios de infraestructura básica ni carreteras, solamente existían caminos de terracería muy poco transitados, las pocas personas que las deambulaban eran comerciantes y arrieros que viajaban de paso o llegaban a ofrecer sus productos agrícolas, no fue sino hasta 1955 que se construyó la primera carretera que comunicaba a Huandacareo con Puruandiro y posteriormente en 1966 la carretera a Cuitzeo, lo que vino a favorecer enormemente a la población.

En 1944 aparece el primer mesón, propiedad del señor Macario Díaz, ubicado en la calle 8 de Enero, el cual no era más que una casa privada con dormitorios y establo en su parte posterior este surge como una necesidad de dar hospedaje a comerciantes y arrieros que llegaban a la población a vender sus productos agrícolas, los cuales les necesitaban un lugar para hospedarse, alimentar sus animales y guardar su carga.

En el transcurso de la semana era raro que llegaran personas a hospedarse, realmente los únicos días que llegaban huéspedes eran los fines de semana, arribaban a la población el sábado para descargar su producto y descansar del viaje, el domingo se instalaban en la plaza a vender, en donde cada fin de semana se colocaba un pequeño mercado.

Este establecimiento desapareció en 1917, debido a la construcción de las carreteras, las personas se trasladaban de un lugar a otro con mayor fluidez y evitando de esta manera la necesidad de hospedarse en este lugar.

En 1959 la señora Cristina Díaz de Martínez, instalo una posada en su propia casa, ubicada en la calle Hidalgo, la cual no tuvo mucho éxito pues rara vez llegaban personas a hospedarse, lo cual causo que a los 10 años dejara de funcionar como tal para convertirse nuevamente en casa habitación.

En 1971 el señor Gilberto Fernández abre un nuevo establecimiento ubicado en la calle 16 de Septiembre, el cual ya no existe, pero nunca tuvo mucha demanda debido a que su propietario jamás se ha preocupado por mantenerlo en buen estado. El cual se encontraba en condiciones pésimas, prácticamente abandonado contaba con pequeños cuartos con cama de tablas y una silla, existía solamente un baño colectivo y todo estaba muy mal aseado. Las únicas personas que se hospedaban en este sitio, eran aquellos de escasos recursos, que por alguna causa se veían obligadas a permanecer la noche en la población.

En la actualidad no existe un establecimiento que cubra las necesidades del turista. La demanda existente producto delarribo del turista que visita los balnearios, ha traído como consecuencia la necesidad de crear un establecimiento que cubra sus necesidades, lo cual pretendemos lograr por medio de la creación de un hotel, que además de funcionar como tal, pueda ofrecer servicios de balneario, canchas deportivas y áreas verdes para el descanso y la recreación del visitante.

2.7.- ANTECEDENTES DE LOS BALNEARIOS DE HUANDACAREO

El surgimiento de los balnearios en Huandacareo, inicialmente fue con él propósito de aprovechar los elementos naturales existentes y crear un sitio de esparcimiento para los lugareños. Los primeros establecimientos construidos, no se les puede considerar tanto así como balnearios, debido a la carencia de servicios complementarios como: servicio de alimentos y bebidas, instalaciones deportivas, actividades de diversión y albercas competentes.

Balneario Bella Vista.-

En 1949 el señor miguel Figueroa, construye la primera alberca ubicada en una huerta frutal, sobre la carretera Huandacareo-Puruandiro a 150 mts. De la población este establecimiento era alimentado a base de agua fría, contaba con una alberca, 1 vestidor, 1 baño y 4 regaderas, las pocas personas que recurrían a este lugar eran los habitantes de la población. Este sitio aún existe, pero hace 35 años que dejo de funcionar, debido a la poca demanda y la apertura de una nueva alberca de agua termal.

Balneario Los Guayabos.-

Aproximadamente en el mismo tiempo que se construyó el balneario bella vista, el señor Gilberto Fernández aprovechando que en su huerta existía un manantial de agua termal, comenzó construyendo 4 tanques para baño individuales, los cuales eran alquilados por los habitantes de la población, a los 15 años de esto construye la primer alberca de agua termal, la cual funciono como tal hasta 1974, que fue destruida por sus propietarios con el fin de remodelar y construir un balneario más en forma.

En esta remodelación se construyó lo que actualmente existe que es: 1 chapoteadero, 1 alberca grande con 2 trampolines, 6 regaderas, 6 vestidores, 40 lockers un pequeño tejaban para fiestas, sus albercas tienen una capacidad para 320 personas además presta servicio de baño al público cuenta con 5 regaderas y 5 tanques.

Este balneario realmente nunca ha tenido mucha demanda debido principalmente a que encuentra un tanto escondido y no cuenta con la señalización debida, otro factor que ha influido bastante es que sus propietarios no se han preocupado por darle una mejor presentación y mantenimiento para que este luzca más bello y en mejor estado de limpieza.

Tiene además problemas como: las albercas son cuadradas, lo cual provoca que el agua circule con poca fluidez, trayendo como consecuencia que esta se enlame fácilmente. La alberca grande se lava cada 8 meses y la chica semanalmente. El recubrimiento de azulejo provoca que el agua se enfrié fácilmente. La entrada de agua a la alberca grande es muy pequeña y no alcanza a mantener la demás caliente.

Parque acuático Vista Bella S.A de C.V.
 Propiedad de los señores Zavala García, el cual sé comenzó a construir en 1972, Inicialmente se perforo un pozo para uso agrícola sin la finalidad de que fuera balneario, pero al momento que salió agua termal cambiaron los planes con lo cual surgió la idea de crear un balneario aprovechando la afluencia turística que arribaba al municipio por motivo de Semana Santa, este balneario ha sufrido innumerables remodelaciones, constantemente se construye algo nuevo, esto se debe principalmente a que sus propietarios se han preocupado por mantenerse a la vanguardia, ofreciendo siempre lo mejor para el visitante. Actualmente es el balneario de mayor dimensión y el cual atrae más turismo a la población, se ha caracterizado por su buen mantenimiento y servicio al público, cuenta con innumerables servicios y una capacidad de alojamiento para aproximadamente 4500 personas.

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 3
 Número de personas que trabajan en la empresa 22 incluye a los propietarios.
 De planta 19 empleados en temporada baja y 45 en temporada alta.
 De los cuales 12 son hombres y 7 mujeres en temporada baja, 26 hombres y 19 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 60.00	\$ 75.00	\$ 55.00	\$ 70.00
PROMOCIONES	2 X 1 EN TEMPORADA BAJA 25 % DE DESCUENTO EN TEMPORADA BAJA 30% DE DESCUENTO A GRUPOS MAYORES DE 30 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 3 ALBERCAS EN BUEN ESTADO Y UN ACUABAR
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 2 CANCHAS DEPORTIVAS
AREAS VERDES	TIENE 5,000 HECT. DE JARDINES, 3 HECTAREAS DE AREAS VERDES Y ARBOLADAS, 2 HECT. DE AREA PARA CAMPAMENTO, DENTRO DE SUS AREAS JARDINADAS SE ENCUENTRA UN LAGO ARTIFICIAL
CANALES DE VENTA	1 TIENDA DE SUVENIRES Y TIENDA DE ABARROTES
SERVICIOS AUXILIARES	CUENTA CON SERVICIO DE ENFERMERIA Y UN ESTACIONAMIENTO CON 5,000 M2 DE EXTENCION
HOTEL	CUENTA CON UN HOTEL DE 32 HABITACIONES
RESTAURANTE	TIENE 2 RESTAURANTES, 2 BARES Y UN BAR ACUATICO
SALON PARA EVENTOS	CUENTA CON UN SALON PARA EVENTOS SOCIALES QUE SE RENTA PARA EVENTOS PRIVADOS



BALNEARIO VISTA BELLA HUANDACAREO
 FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

Centro recreativo Agua Caliente S.A. de C.V.

Con domicilio en Calz, Lázaro Cárdenas No. 1170. Este establecimiento surge hace 80 años siendo propiedad del señor Maximiliano González, inicialmente eran baños y regaderas públicas, a donde acudían únicamente los lugareños a bañarse, no comienza a funcionar como balneario hasta 1986, ya siendo propiedad del señor Raúl González.

Este establecimiento se vio enormemente favorecido en sus inicios por su ubicación sobre la vialidad principal y como vecino del Centro Acuático Vista Bella que ya contaba con una enorme afluencia turística, lo cual facilito que pronto se diera a conocer, colocándose así rápidamente en la disputa por el primer lugar como atractivo turístico, es uno de los balnearios más prósperos ya que sus propietarios han sido muy visionarios, siendo los precursores de los parques acuáticos y las innovaciones más importantes dentro del sector.

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 5

Número de personas que trabajan en la empresa 19 incluye a los propietarios.

De planta 14 empleados en temporada baja y de 38 a 40 en temporada alta.

De los cuales 8 son hombres y 6 mujeres en temporada baja, 16 hombres y 14 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 55.00	\$ 80.00	\$ 55.00	\$ 80.00
PROMOCIONES	2 X 1 EN TEMPORADA BAJA 25 % DE DESCUENTO EN TEMPORADA BAJA 5to GRATIS EN TEMPORADA BAJA 30% DE DESCUENTO A GRUPOS MAYORES DE 30 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 3 CHAPOTEADEROS, Y 2 ALBERCAS EN BUEN ESTADO
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 2 CANCHAS DEPORTIVAS
AREAS VERDES	TIENE 2,500 M2 DE JARDINES, 1.5 HECTAREAS DE AREAS VERDES Y ARBOLADAS, 2,500 M2 DE AREA PARA CAMPAMENTO
CANALES DE VENTA	1 TIENDA DE SUVENIRES, 2 TIENDAS DE ABARROTES Y UN KIOSCO
SERVICIOS AUXILIARES	CUENTA CON SERVICIO DE ENFERMERIA Y UN ESTACIONAMIENTO CON 5,000 M2 DE EXTENCION
HOTEL	CUENTA CON UN HOTEL DE 10 HABITACIONES
RESTAURANTE	TIENE UN RESTAURANT, 2 BARES Y UNA PIZZERIA



BALNEARIO AGUA CALIENTE HUANDACAREO
FOTOS PROPORCIONADAS POR EL CP. OMAR GONZALEZ CAMPOS REP. LEGAL

Centro Recreativo Balneario los Arcos

Con domicilio en Calzada Lázaro Cárdenas s/n Este establecimiento se encuentra localizado en el área donde están los demás balnearios, abrió sus puertas al público en 1989 sus propietarios los señores Zavala Marines se han esmerado por atraer a su establecimiento al turista con la atención personalizada de sus propietarios.

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 5
 Número de personas que trabajan en la empresa 11 incluye a los propietarios.
 De planta 6 empleados en temporada baja y de 14 a 16 en temporada alta.
 De los cuales 9 son hombres y 2 mujeres en temporada baja, 15 hombres y 3 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 55.00	\$ 70.00	\$ 55.00	\$ 70.00
PROMOCIONES	2 X 1 EN TEMPORADA BAJA SOLO CUANDO ES POR ACUERDO DE LA ASOC. 50 % DE DESCUENTO A PERSONAS DE LA TERCERA EDAD 30% DE DESCUENTO A GRUPOS MAYORES DE 30 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 2 CHAPOTEADEROS, Y 2 ALBERCAS EN BUEN ESTADO
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 1 CANCHA DEPORTIVA
AREAS VERDES	TIENE 2,500 M2 DE JARDINES, 1 HECTAREA DE AREAS VERDES Y ARBOLADAS, 2,500 M2 DE AREA PARA CAMPAMENTO
CANALES DE VENTA	1 TIENDAS DE ABARROTES Y SUVENIRES Y 2 KIOSCOS
SERVICIOS AUXILIARES	CUENTA CON SERVICIO DE ENFERMERIA Y UN ESTACIONAMIENTO PARA 100 AUTOS
HOTEL	CUENTA CON UN HOTEL DE 21 HABITACIONES
RESTAURANTE	TIENE UN RESTAURANT, 1 BAR



BALNEARIO LOS ARCOS HUANDACAREO
 FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

Balneario Huandacareo

Construido en 1988 propiedad del señor Macario González, ubicado sobre la carretera Huandacareo-cuitzeo km 1.5 este establecimiento ha sido el único alimentado a base de agua fría, calentando su agua con sistemas de calentamiento capta sol para lo cual utiliza 148 celdas. Funciono durante 3 años aproximadamente y fue cerrado, por falta de afluencia debido a que sus aguas no eran termales y no alcanzaban las temperaturas ideales que tienen los otros balnearios.

Sus albercas tenían una capacidad instalada para 130 personas, además ofrece otros servicios como: baños, vestidores, regaderas, vapor, juegos infantiles, 2 tejavanas para fiestas, palapas con asadores y próximamente servicio de restaurant.

Balneario El Paraíso

Entra en servicio en 1994, propiedad del señor Celerino García Manríquez, único dueño quien atiende el negocio junto con su esposa y un par de empleados, es el balneario más pequeño, pudiera decirse el más austero aunque sus propietarios han tratado de no quedarse atrás en cuanto a instalaciones acuáticas, se caracteriza por su limpieza y atención esmerada de sus dueños.

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 2

Número de personas que trabajan en la empresa incluye a los propietarios. 4

De planta 2 empleados en temporada baja y de 6 en temporada alta.

De los cuales 2 son hombres y 2 mujeres en temporada baja, 4 hombres y 2 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 30.00	\$ 50.00
PROMOCIONES	30% DE DESCUENTO A GRUPOS MAYORES DE 30 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 1 CHAPOTEADEROS, Y 1 ALBERCAS EN BUEN ESTADO
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 1 CANCHA DEPORTIVA
AREAS VERDES	TIENE 2,500 M2 DE JARDINES, 1 HECTAREAS DE AREAS VERDES Y ARBOLADAS, 2,500 M2 DE AREA PARA CAMPAMENTO
CANALES DE VENTA	1 TIENDAS DE ABARROTES
SERVICIOS AUXILIARES	UN ESTACIONAMIENTO CON 5,000 M2 DE EXTENCION
HOTEL	CUENTA CON UN HOTEL DE 7 HABITACIONES
RESTAURANTE	NO TIENE UN RESTAURANT, SOLO OCACIONALMENTE SE VENDE COMIDA CASERA.



BALNEARIO EL PARAISO HUANDACAREO
FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

Balneario el Edén

Nombre comercial El Edén con ubicación en la Ave. Lázaro Cárdenas s/n. Su fecha de inicio como Balneario fue en 1994 como sociedad entre los hermanos Díaz Vega quienes con mucho esfuerzo han ido acientando y posicionando su balneario, Se caracteriza por su buen estado, limpieza y atención esmerada por parte de sus propietarios.

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 7
 Número de personas que trabajan en la empresa 6 incluye a los propietarios.
 De planta 2 empleados en temporada baja, 2 solo fin de semana y de 10 en temporada alta.
 De los cuales 4 son hombres y 2 mujeres en temporada baja, 9 hombres y 2 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 40.00	\$ 50.00
PROMOCIONES	\$ 30.00 ADULTO Y \$ 20.00 EL NIÑO CON PAQUETE DE MEMBRESIA EXCEPTO SEMANA SANTA \$ 40.00 EN GENERAL A GRUPOS MAYORES DE 20 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 3 CHAPOTEADEROS, Y 1 ALBERCA EN BUEN ESTADO
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 1 CANCHA DEPORTIVA
AREAS VERDES	TIENE 5,000 M2 DE JARDINES Y AREAS ARBOLADAS, 5.000 M2 DE AREA PARA CAMPAMENTO
CANALES DE VENTA	1 TIENDAS DE ABARROTES
SERVICIOS AUXILIARES	UN ESTACIONAMIENTO CON 10,000 M2 DE EXTENCION



BALNEARIO EL EDEN HUANDACAREO
 FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

Balneario Selva Maya

Es el balneario construido más recientemente, comenzó a dar servicio al público en 2004. Este balneario fue construido prácticamente de inicio a fin en su estado actual, los socios prácticamente lo construyeron como inversión ya que la mayoría de estos no dependen económicamente de los ingresos del balneario la mitad de ellos radican en Estados Unidos, donde tienen otras empresas, es el único balneario que se sale un poco del sistema convencional de construcción y fue diseñado por un arquitecto local, con la ayudada de una empresa que se dedica a construir parques acuáticos

EMPLEOS

Número de socios de la empresa 5

Número de personas que trabajan en la empresa 8 incluye a los propietarios.

De planta 7 empleados en temporada baja y de 12 a 15 en temporada alta.

De los cuales 5 son hombres y 2 mujeres en temporada baja, 10 hombres y 4 mujeres en temporada alta.

TAQUILLA

TAQUILLA	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
	\$ 55.00	\$ 70.00	\$ 55.00	\$ 70.00
PROMOCIONES	30% DE DESCUENTO A GRUPOS MAYORES DE 30 PERSONAS O MAS			

INFRAESTRUCTURA

POZO	CUENTA CON POZO DE AGUAS TERMALES PROPIO
ALBERCAS	CUENTA CON 1 CHAPOTEADEROS, Y 1 ALBERCAS EN BUEN ESTADO
AREAS RECREATIVAS	CUENTA CON JUEGOS INFANTILES ACUATICOS, AREA PARA JUEGOS Y 1 CANCHA DEPORTIVA
AREAS VERDES	TIENE 2,500 M2 DE JARDINES, 1.5 HECTAREAS DE AREAS VERDES Y ARBOLADAS, 2,500 M2 DE AREA PARA CAMPAMENTO
CANALES DE VENTA	1 TIENDAS DE ABARROTES Y SUVENIRES
SERVICIOS AUXILIARES	CUENTA CON SERVICIO DE ENFERMERIA Y UN ESTACIONAMIENTO CON 5,000 M2 DE EXTENCION
HOTEL	CUENTA CON UN HOTEL DE 11 HABITACIONES
RESTAURANTE	NO CUENTA CON RESTAURANTE, SOLO EL FIN DE SEMANA VENDEN COMIDA CASERA



BALNEARIO SELVA MAYA HUANDACAREO
FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

2.8.- CONCLUSIONES

Es de vital importancia conocer los antecedentes históricos y costumbres de la población donde se pretenda desarrollar cualquier proyecto ya que esto nos permitirá conocer más a fondo la idiosincrasia de a los pobladores y su desenvolvimiento en determinado contexto o sociedad. No podemos pensar en diseñar un proyecto que se salga del contexto cultural y natural de la población, ya que estaríamos alterando la armonía tanto del lugar como el de sus habitantes.

De igual forma el tener el conocimiento de los antecedentes históricos de cualquier tema que pretendamos desarrollar, ya que esto nos permitirá conocer la evolución que este ha tenido a través del tiempo y las causa que motivaron dichos cambios, para con bases firmes poder proyectar hacia el futuro, con pleno conocimiento de los conceptos de funcionalidad y diseño que debemos manejar, adaptándonos al entorno tanto arquitectónico como natural del lugar, utilizando tanto materiales como como algunos sistemas constructivos pero con tecnología moderna que nos permita competir en costos.

Los balnearios en Huandacareo surgen a raíz del descubrimiento de la existencia de aguas termales en diferentes predios de la zona de balnearios, pero lo que realmente detona el auge a estos son las fiestas religiosas de semana santa y su Santo Milagroso El Señor del Amparo, ya que antes de que existieran balnearios en el Municipio de Huandacareo ya había una gran afluencia turística religiosa, de aquí que las personas que venían a venerar al santo milagroso comenzaron a recurrir a los balnearios aprovechando su estancia en el lugar, posterior a esto el mismo visitante comenzó a hacerle propaganda a los establecimientos creando de esta manera ya una afluencia turística como centros acuáticos recreativos

Todos los balnearios cuentan con un pozo artesanal propio, del cual atraen agua termal. El estilo predominante de construcción es el típico predominante en la región, los materiales utilizados son: teja, tabique, madera, piedra, tule, tejamanil, concreto y un poco de cantera, Salvo el balneario Selva Maya construido recientemente donde ya utilizaron la combinación de materiales prefabricados con los regionales. Es importante señalar que todos los balnearios han sido construidos sin proyecto arquitectónico, salvo el balneario Selva Maya, ya que han ido creciendo de acuerdo a las posibilidades económicas de sus dueños.

Para poder determinar tanto las dimensiones, calidad de servicio, así como el rango de clasificación en el cual pudiera estar catalogado nuestro proyecto, es primordial tener conocimiento no solo de la afluencia turística del lugar sino también de cómo operan tanto administrativa como funcionalmente en campo los establecimiento afines al nuestro, para así poder hacer una valoración de aciertos y errores, así como ventajas y desventajas entre ellos y lo que pretendemos realizar, para de esta manera capitalizar de sus experiencias y poder asegurar el óptimo funcionamiento de nuestro proyecto.

Debemos buscar nichos de oportunidad en las carencias de los otros, buscando diversificar en áreas que estén sin explotar, que a fin de cuentas se transformen en nuevos y mejores servicios que le den identidad propia a nuestro proyecto y se traduzcan en satisfacción y bienestar para el turista que lo inviten a regresar.

REFERENTES TURISTICOS

3.0.- Clasificación de recursos turísticos

3.1.- Estudio Perfil del Turista que Visita Michoacán

Introducción

El Estado de Michoacán

Información general

El Estado de Michoacán y su División por Regiones

Análisis de los Perfiles del Turista

Comparativo 2006 a 2009

Afluencia Turística y Derrama Económica

Anexo Metodológico

3.2.- Plan estatal de desarrollo Michoacán 2003-2008

3.3.- Programa regional de desarrollo turístico de la Ruta de la Salud

3.4.- Características generales de los balnearios en Michoacán

3.5.- Consideraciones de la información

3.6.- Conclusiones

REFERENTES TURISTICOS



REFERENTES TURISTICOS

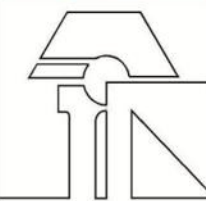
REFERENTES TURISTICOS

REFERENTES TURISTICOS

REFERENTES TURISTICOS

REFERENTES TURISTICOS

REFERENTES TURISTICOS



3.0.- CLASIFICACION DE RECURSOS TURISTICOS

1. - SITIOS NATURALES
2. - MANIFESTACIONES CULTURALES
3. - FOLKLORE
4. - REALIZACIONES TECNICAS, CIENTIFICAS, Y ARTISTICAS CONTEMPORANEAS
5. - ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

1. - Sitios naturales.- el estado de Michoacán cuenta con una extensión territorial de 60.093 km que se caracteriza por estar constituido de innumerables e importantes recursos naturales, la privilegiada ubicación geográfica en que se encuentra, lo han provisto de unas grandes riquezas, los bosques se extienden en una superficie de 12,000 km que representan la quinta parte del estado, lagos de importancia nacional como son;

EL LAGO DE:
CUTZEO
PATZCUARO
ZIRAHUEN
CHAPALA

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
CUITZEO
PATZCUARO
VILLA ESCALANTE
VENUSTIANO CARRANZA

ISLAS
JANITZIO
JARACUARO
PACANDA
YUNUEN
TECUEN

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
PATZCUARO
ERONGARICUARO
TZINTZUNTZAN
TZINTZUNTZAN
TZINTZUNTZAN

PARQUES NACIONALES
EDUARDO RUIZ
CERRO GARNICA
JOSE MA. MORELOS
PICO DE TANCITARO
CAMECUARO
CUAHUTEMOC

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
URUAPAN
HIDALGO
CHARO
TANCITARO
TANGANCICUARO
MORELIA

PARAJES DE INTERES
CHORROS DE VARAL

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
LOS REYES



<http://www.google.com.mx/imgres?q=CERRO+DE+MANUNA+CUITZEO>



<http://www.turismoenfotos.com/items/mexico/morelia/3789/Isla-janitzio/>



<http://www.travel-leon.net/2010/03/lago-de-camcuaro-en-tangancuaro-mich.html>



URUAPAN PARQUE EDUARDO RUIZ
<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>

EL ESTRIBO
LA TZARARACUA
LOS AZUFRES
GEISER

MANATIALES IMPORTANTES
ATZIMBA
VISTA BELLA
AGUA CALIENTE
CARACHA
LOS AZUFRES

PATZCUARO
URUAPAN
CIUDAD HIDALGO
IXTLAN DE LOS HERVORES

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
ZINAPECUARO
HUANDACAREO
HUANDACAREO
URUAPAN
CIUDAD HIDALGO

Además de ríos, cascadas, lugares de observación de flora y fauna, montañas de extraordinarias y abundante vegetación y 300 km. de litoral en el océano pacifico donde se encuentran las bellas playas de:

PLAYA
SAN TELMO
FARO DE BUCERIAS
MARUATA
LA MANZANILLERA
MEXIQUILLO
TIZUPAN
LAS PEÑAS
PLAYA AZUL
CALETA DE CAMPO
SAN JUAN DE ALIMA

LOCALIZADO EN EL MUNICIPIO DE:
AQUILA
AQUILA
AQUILA
AQUILA
AQUILA
LAZARO CARDENAS
LAZARO CARDENAS
LAZARO CARDENAS
COAHUAYANA

Con esto podemos ver el gran potencial que existe, el cual puede representar un ingreso muy importante para el estado, ya que gran parte de estos lugares están sin explotación turística, debido a la falta de infraestructura básica y toda clase de servicios turísticos.

2. - Manifestaciones culturales.- el estado de Michoacán es prodigo en recursos turísticos artificiales que armonizan con los recursos naturales y humanos, hasta formar un todo que satisface a los visitantes.

La época colonial nos legó una soberbia arquitectura, principalmente en la ciudad de Morelia, en donde encontramos la fusión de varios estilos arquitectónicos labrados en su inigualable cantera rosa plasmada en diferentes tipos de edificios, tanto civiles como religiosos, además de los viejos Conventos Agustinos y Franciscanos, distribuidos en otros pueblos por todo el estado.



BALNEARIO VISTA BELLA, HUANDACAREO MICH.
http://www.camssa.com.mx/destinos_turisticos/huandacareo.html



COSTA MICHOACANA PLAYA LARGA
http://playasmexico.com.mx/galeria/details.php?image_id=60



COSTA MICHOACANA MARUATA
http://playasmexico.com.mx/galeria/details.php?image_id=60

CONVENTOS FRANCISCANOS

MORELIA
ERONGARICUARO
PERIBAN
CHARAPAN
TANCITARO
TARIMBARO

CHUCANDIRO
PATZCUARO
TZINTZUNTZAN
ZACAPU
URUAPAN
ZITACUARO

CONVENTOS AGUSTINOS

MORELIA
CUITZEO
COPANDARO

En diversas zonas del estado también se han localizado vestigios de las culturas prehispánicas:

RUINAS ARQUEOLOGICAS

YACATAS
CENTRO CEREMONIAL Y YACATAS
ZONA ARQUEOLOGICA
ZONA ARQUEOLOGICA DE ORIGEN MATZLANTINCA, OTOMI Y MAZAHUA

TZINTZUNTZAN
IHUATZIO
HUANDACAREO
SAN FELIPE DE LOS ALZATI

Además de pinturas esculturas y lugares históricos. De los cuales se encuentran muchos descuidados o en total abandono, en donde se puede lograr actividades turísticas de gran importancia.

3. - Folklore, música y danza.- en diversas zonas del estado se han localizado vestigios de las culturas prehispánicas, danza autóctonas y folklóricas, mestizas: cantadores de pirecuas, grupos de rapa de Apatzingán, bandas de música, danza de los guerreros, danza de los viejitos, danza que caracteriza a Michoacán conocida a nivel mundial así como platillos condimentados como lo hacían los antiguos pobladores de estas tierras. Además de manifestaciones religiosas: semana santa y fiestas del santo patrón de diversas poblaciones, noche de muertos en Tzintzuntzan ceremonias populares, ferias como la de Morelia de 1º. -20 de mayo, en Huandacareo la feria de enero y la de semana santa y otras muchas por todo el estado.

Todas estas en conjunto originan grandes afluencias de visitantes que saturan por completo los servicios de hospedaje y recreo de las áreas de influencia, por lo que es necesario mejorar estos servicios. Obteniendo así, un mayor ingreso económico.



EXCONVENTO DE CUITZEO (AGUSTINO)
<http://www.google.com.mx/imgres?q=EXCONVENTO+DE+CUITZEO>



CENTRO CEREMONIAL DE HUANDACAREO
http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/arqueologica.html



ZONA ARQUEOLOGICA DE TZINTZUNTZAN
http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/arqueologica.html

4. - Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas:

Los purépechas han conservado infinidad de técnicas artesanales con motivos decorativos muy antiguos, por ejemplo los trabajos de maque, que tuvo gran importancia en el México prehispánico, se han encontrado algunas piezas en cuevas y en entierros purépechas. Este trabajo se realizaba sobre jícaras.

Las artesanías de madera como son los instrumentos musicales, bandejas maqueadas, muebles, pequeños recuerdos del lugar, etc., Producidos principalmente en: Cuanajo, Pátzcuaro, Pichataro, Tocuaro, Uricho, Quiroga, Paracho, Erongarícuaro y Zirahuen.

Artesanías de cobre: cazos, vajillas, charolas e innumerables objetos decorativos elaborados con esmero y técnicas por los habitantes de santa clara del cobre.

El rebozo, prenda de vestir mestiza, nacida de la fusión de varias culturas y que caracterizan al pueblo mexicano. El rebozo a la "guare" o michoacano se caracteriza por ser de color oscuro (azul indigo o negro) con rayas en azul pálido.

La confección del rebozo fue impulsada en Michoacán en diferentes poblaciones como: Pichataro, Cuanajo, Paracho, Uruapan, san jerónimo, Purenchecuar, Erongarícuaro, y Nahuatzen.

Además de las realizaciones técnicas y artísticas se presentan acontecimientos artísticos contemporáneos en los diferentes museos michoacanos, artistas populares y acontecimientos deportivos.

5. - Acontecimientos programados.- se refiere a la afluencia de grupos en convenciones de índole científico o técnico, que han considerado a la ciudad de Morelia como sede para efectuar sus reuniones, y que requieren además de alojamiento, salones para sus asambleas, y sitios turísticos para visitar cercanos a la sede.

El aprovechamiento de estos recursos turísticos varía de acuerdo a la categoría turística y contamos con los siguientes porcentajes

CATEGORIA	APROVECHAMIENTO
SITIOS NATURALES	20%
MANIFESTACIONES CULTURALES	60%
FOLKLORE MUSICA Y DANZA	45%
REALIZACIONES TECNICAS, ARTISTICAS	75%
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	50%

GUIARRA DE PARACHO MICHACAN
<http://www.google.com.mx/imgres?q=ARTESANIA+DE+GUIARRA+MICH&hl>



<http://www.google.com.mx/imgres?q=ARTESANIA+DE+COBRE+MICH&hl>



REBOZO MICHACANO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=ARTESANIA+DE+REBOZO+MICH&hl>



3.1.- ESTUDIO PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA MICHOACÁN

INTRODUCCION

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, de negocio u otros motivos

El turismo es una de las actividades económicas con mayor capacidad de generar beneficios y efectos positivos en los ámbitos social, económico y ambiental. La actividad turística es un claro impulsor de la economía, ya que es un motor generador de riqueza y de empleos bien remunerados. Sin embargo, la consolidación de la actividad turística no puede darse por sí sola, y requiere del esfuerzo profesional y coordinado de los sectores público, privado y educativo. Además, el turismo representa alrededor del 35% de las exportaciones de servicios y al menos el 70% en los países en vías de desarrollo.

El turismo ha sido históricamente un bastión de la economía mexicana, representando más del 8% de los ingresos totales del país. Además, es una importante fuente de empleos, ya que uno de cada once mexicanos trabaja en este sector.

El turismo es una de las tres principales fuentes de generación de ingresos en diversas regiones del país. En los municipios con mayor intensidad en el turismo, la disparidad social es menor, los sueldos son en promedio 30% más altos y la creación de empleo ha ido por encima de la generación de empleo en otros sectores.

Por lo anterior, es importante incrementar la competitividad y planear las mejoras a los servicios turísticos, para poder confiar en el turismo como una de las actividades económicas de mayor relevancia y motor del desarrollo.

La contribución que el turismo puede hacer al alivio de la pobreza, a la conservación del patrimonio, natural y cultural así como al desarrollo sostenible, es sustancial. Esto es de especial importancia en zonas en desarrollo, donde los recursos naturales y los paisajes se conservan relativamente intactos y constituyen grandes atractivos para los visitantes. Además, son pocas las actividades económicas alternativas que ofrecen tanto potencial para el desarrollo sostenible, desde una perspectiva social, económica o ambiental. Desde un enfoque y desarrollo adecuado, el turismo puede convertirse en detonador del desarrollo regional.

El turismo sostenible es un promotor para la creación de una gran cantidad de empresas medianas y pequeñas con una gran dispersión geográfica, bajos niveles de inversión y una alta participación de recursos humanos y generación de valor agregado. Además, cabe señalar que el turismo sostenible promueve una utilización más responsable de los recursos naturales y culturales, y una mayor conciencia sobre la conservación del patrimonio natural y cultural, tanto en la población local como entre los turistas.



<http://www.ergonet.com.ar/portfolio-diseno-de-logos-2.asp>



MIRADOR MILCUMBRES REGION MORELIA
<http://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/>

Michoacán
el alma de México

<http://www.enlazadot.com/busregion.asp?Estado=0&Municipio=0§or=0&keyword=morelia>

Debido a la gran riqueza natural y cultural de Michoacán, el turismo en la economía estatal es de gran importancia, lo que pone de manifiesto la necesidad de disponer de información estadística confiable y oportuna como herramienta para apoyar al gobierno y al sector privado en la elaboración de políticas y programas enfocados al fomento del sector turismo, siempre basándose en los principios de sustentabilidad y respeto por el entorno natural y cultural del que está provisto el estado.

El Estado de Michoacán

INFORMACIÓN GENERAL

Capital:	Morelia
Municipios:	113
Extensión:	58 643 km ² , el 3.0% del territorio nacional.
Población:	3 966 073 habitantes, el 3.8% del total del país.
Distribución de población:	68% urbana y 32% rural; a nivel nacional el dato es de 76 y 24% respectivamente.
Escolaridad:	6.9 (primer grado de secundaria concluido); 8.1 el promedio nacional.
Hablantes de lengua indígena:	3 de cada 100 personas.(De 5 años y más)
Principal Sector Económico:	Servicios comunales, sociales y personales.
Aportación al PIB Nacional:	2.1%(Como porcentaje del PIB)



LAGO DE CUITZEO REGION MORELIA
<http://www.elmundo.es/elmundo/hemeroteca/2012/03/06/t/ciencia.htm>



LAGUNA LARGA LOS AZUFRES REGION MORELIA
<http://www.elmundo.es/elmundo/hemeroteca/2012/03/06/t/ciencia.htm>



CRATER DEL PARICUTIN, REGION URUPAN
http://www.turismoenfotos.com/items/mexico/morelia/3845_crater-del-volcan-paricutin/

El Estado de Michoacán y su división por Regiones



El territorio que ahora ocupa el Estado de Michoacán debe sus límites geográficos a la antigua unidad política prehispánica. El Imperio Tarasco ocupaba casi el mismo espacio que ahora forman una superficie de 59, 864 kilómetros cuadrados; por su extensión territorial, el estado ocupa el décimo sexto lugar entre los 31 estados de la República. Se encuentra ubicado en el centro-oeste del país, limita al norte con los estados de Jalisco y Guanajuato, al noreste con Querétaro, al este con los estados de México y Guerrero; al sur parte de Guerrero y al oeste Colima y parte de Jalisco.

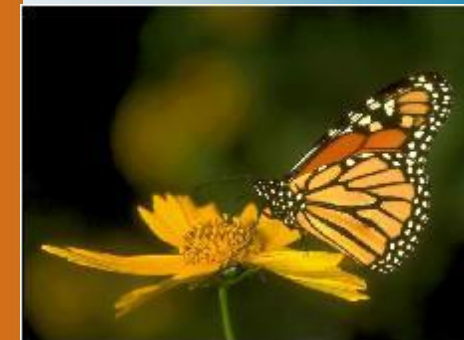
Es uno de los territorios que ha sido beneficiado por un vasto sistema hidrográfico, reflejado en sus abundantes manantiales, aguas termales, ríos, arroyos, lagos y lagunas, además de los esteros ubicados en varios puntos de la costa. Gran parte de sus recursos hidráulicos provienen de las cuencas de los ríos Balsas, Lerma y Tepalcatepec. Estos recursos también distinguen a Michoacán como generador de energía, ya que cuenta con las plantas de Infiernillo y Geotérmica de Los Azufres. Algunos de los



LAGO DE PATZCUARO
http://en.wikipedia.org/wiki/File:PatzcuaroLak elislands_fromTheTopOfJanitzioIsland_PatzcuaroLake_MichoacanMexico.jpg



ZONA COSTERA DE MICHOACAN
http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html



MARIPOSA MONARCA, REGION PAIS MONARCA
<http://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/destinos/michoacan/edomich/estadodmich.html>

depósitos de agua que posee son: El lago de Pátzcuaro, el lago de Zirahuen, el lago de Camécuaro, la laguna de Cuitzeo, las presas La Villita e Infiernillo entre otras. En cuanto a su orografía, con excepción de la zona norte, el territorio michoacano queda cruzado por dos grandes cordilleras, la del centro y la del sur. La sierra del centro forma parte del sistema volcánico transversal y la del sur por la Sierra Madre Occidental, lo que ubica a Michoacán como uno de los estados con mayores recursos forestales.

El estado cuenta con grandes riquezas naturales y culturales. En la Entidad habitan, junto a la mayoría mestiza, cuatro grupos indígenas: purépecha, nahua, otomí y mazahua. Estos grupos indígenas se encuentran distribuidos principalmente en los siguientes municipios. Purépecha: Coeneo, Charapan, Cherán, Chilchota, Erongarícuaro, Jacona, Nahuatzen, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Pátzcuaro, Peribán, Quiroga, Los Reyes, Tancitaro, Tangamandapio, Tangancícuaro, Tingambato, Tingüindín, Tzintzuntzan, Uruapan y Zacapu. Mazahua: Angangeo, Contepec, Ocampo, Senguio, Susupuato, Tlalpujahua y Zitácuaro. Otomíes: Contepec, Epatacio Huerta, Hidalgo, Maravatío, Ocampo, Senguio y Zitácuaro. Nahuas: Aquila, Coahuayana y Chinicuila.

Estas comunidades, con sus tradiciones y costumbres, constituyen gran parte del patrimonio cultural de México; sus manifestaciones culturales junto con la riqueza y la abundante variedad de condiciones geográficas dan lugar a que confluyan las condiciones perfectas para que Michoacán sea proclive al desarrollo turístico; para un mejor impulso, los municipios se encuentran agrupados en seis regiones: Morelia, Pátzcuaro, Uruapan, País de la Monarca, Zamora y La Costa.

Región Morelia

Caracterizada por su rica tradición cultural y artística, la región Morelia posee una extraordinaria belleza arquitectónica y colonial. En esta región se encuentra la capital del estado que por su armonía, así como por el valor arquitectónico y tradicional que guarda, fue declarada por el Comité del Patronato Mundial de la UNESCO "Patrimonio Mundial de la Humanidad", el día 12 de diciembre de 1991. La capital del Estado, Morelia, se constituyó desde sus inicios como una ciudad señorial. En el centro histórico se pueden observar todavía vestigios de las lujosas viviendas coloniales así como de la majestosa Catedral que adorna el centro de la ciudad.

El centro histórico es un sitio ideal para conocer monumentos que van desde la época colonial como actual como es el caso de: las Tarascas, el Acueducto, sus plazas públicas, el Colegio de San Nicolás de Hidalgo, museos, hoteles, y un mercado de dulces y artesanías, donde el turista puede adquirir los tradicionales dulces michoacanos y sus artesanías, además cuenta con un zoológico excepcional, que posee más de 24.5 hectáreas donde se alberga una colección faunística de más de 3,800 ejemplares, de 430 especies de todos los continentes del mundo, de las cuales el 49.8% corresponde a fauna nacional y el 50.2% a fauna exótica.

La región ofrece a los visitantes la oportunidad de conocer los pueblos típicos. Charo a 15 kilómetros de la capital, es conocido por ser parte de la ruta de la Independencia, en donde se entrevistaron por primera y única vez los curas Don Miguel Hidalgo y Costilla y Don José María Morelos y Pavón. Cuenta con una iglesia del siglo XVI, el Templo de San Francisco, ex convento e iglesia Agustina, con parques de áreas verdes arboladas para campismo y paseos a caballo, una zona arqueológica y la ex hacienda de San Antonio Corrales. Capula, localiza al Oeste de Morelia a 17.5 kilómetros, es famosa por su artesanía en barro con ornamentación pintada a



CATEDRAL DE MORELIA

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html



ACUEDUCTO DE MORELIA

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html



FUENTE LAS TARASCAS DE MORELIA

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html

mano. Sus principales atractivos son el Templo parroquial de Santiago Apóstol del siglo XVI reconstruido en el siglo XIX y el Cristo con rasgos indígenas en el rostro del siglo XVI. Tiripetio, localizado a 24 kilómetros de Morelia, es conocido por su ex convento, construido en el siglo XVI que fue la primera Casa de Estudios Mayores de la orden Agustina en Latinoamérica. Cuitzeo, ubicado a 34 kilómetros de Morelia, fue nombrado pueblo mágico en el 2006, se ubica al margen del lago por lo que es famoso por su charal preparado con el toque exquisito de la región, su Convento Agustino de Santa María Magdalena, el más bello del estado por su magnífica arquitectura plateresca del siglo XVI. A sólo 2 kilómetros de Cuitzeo se localiza la zona arqueológica “Tres Cerritos”. Huandacareo, a 45 kilómetros, cuenta con la zona arqueológica (Centro ceremonial) y famosos balnearios de aguas termales, así como el succulento sabor de sus ricas e incomparables carnitas de cerdo como platillo popular.

En esta región, por ser la capital del estado, es posible encontrar las artesanías y dulces tradicionales michoacanos, aunque son característicos los ates y las morelianas. En cuanto a la gastronomía es reconocido por sus riquísimos dulces regionales, carnitas, chiles de primera calidad para moles y salsas.

Región Uruapan

La región de Uruapan es poseedora de una gran diversidad cultural y natural. Está conformada por cientos de hectáreas de bosques que durante siglos han enmarcado algunos de los pueblos más antiguos de Michoacán, pertenecientes a la Meseta Purépecha y propietarios de verdaderas joyas de arte colonial como la Huatapera, ubicada en Uruapan, que fue el hospital fundado por Fray Juan de San Miguel para beneficio de los indígenas, su arquitectura marcó el estilo que predomina en Michoacán por sus elementos platerescos y mudéjar.

Esta región es famosa por la calidad de sus productos agrícolas, entre los cuales destaca el aguacate tanto por su calidad como por ser el primer productor a nivel mundial. Es también caracterizada por la fertilidad de sus suelos que permite el crecimiento de distintos frutos y flores por lo que en Uruapan se encuentra el parque Nacional “Eduardo Ruíz”, el único parque Nacional en México dentro de una ciudad con un río que nace en su interior, el Cupatitzio. Cuenta también con diversas construcciones arquitectónicas pertenecientes al siglo XVI, una zona arqueológica precolombina en Tingambato, y en San Juan Nuevo Parangaricutiro, a 10 kilómetros de Uruapan, se encuentra el pueblo que quedó sepultado bajo la lava del volcán Parícutín. La región se caracteriza por su tradición musical, especialmente en Pichataro, Paracho, y Apatzingán que son los lugares en donde abundan las bandas musicales que interpretan música michoacana, en la que predominan instrumentos de viento, platillos, arpa y tambores.

En su Tradición Artesanal se observa sobre todo un predominio en la producción laudera, principalmente en Paracho, quien es al mismo tiempo un gran productor de juguetería, máscaras y todo tipo de tallado en madera y mueblería. Apatzingán es notable en la cestería y la confección de Cristos de paja.

En cuanto a la gastronomía existen muchos platillos de renombre como el churrito, los huchepos y las corundas; abundan los atoles en especial el de grano. Rumbo a tierra caliente es famoso el arroz cocido con espinazo de cerdo en chile y el aporreadillo al



TEMPLO Y FUENTE PLAZA PRINCIPAL URUAPAN
<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>



RIO CUPATITZIO, PARQUE NACIONAL URUAPAN
<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>



TEMPLO SEPULTADO DE PARANGARICUTIRO
<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>

igual que los quesos fuertes y adoberas o asaderas. En Ario de Rosales, la olla podrida es un platillo típico herencia del paso del ejército francés por la región y es a base de carnes sazonadas con pulque, cerveza, chile jalapeño y tuna agria.

Región Pátzcuaro

Pátzcuaro es el corazón de la zona lacustre, uno de los puntos que más identifican al estado de Michoacán, ya que fue el principal centro religioso prehispánico, y fue también el más notable en la obra pacifista y evangelizadora debido a la obra que emprendió Don Vasco de Quiroga. Es uno de los escenarios más admirados de México por la uniformidad de sus casas, la presencia de un pasado colonial manifiesto en los templos, conventos y casonas señoriales que enmarcan sus plazas. “La puerta del cielo” como es llamada la ciudad de Pátzcuaro, fue nombrada pueblo mágico por su encanto sin igual, por algo los reyes purépechas lo eligieron para ser lugar de recreo de la nobleza indígena y lugar de adoración de sus templos. Por toda su historia y su belleza la región es una ruta imperdonable de no visitar. Esta región de fuertes raíces prehispánicas, la constituye una zona de pueblos típicos eminentemente artesanales como Tzintzuntzan, Santa Clara del Cobre, Cuanajo, Tupátaro, Erongarícuaro y Quiroga, entre otros. En Santa Clara del Cobre se hacen los más codiciados cazos, platones, jarras y múltiples objetos forjados y pintados a mano. Los artesanos de San Felipe de los Herreros y de Pátzcuaro, realizan herrajes a martillo, convertidos en ventanas, puertas, celosías u otras exquisitas formas. Los hilados y tejidos de esta región son hechos con motivos naturales, se trabajan sarapes, servilletas, manteles, huanengos, camisas, lienzos, rebozos, colchas, entre otros. Del tule, chuspata y paja, se manufacturan petates, canastos, cestas, y sombreros, se hacen también figuras religiosas, juguetes y muchos otros utensilios de cocina, sobre todo en Tzintzuntzan, y la Cañada de los once pueblos. Los trabajos en pasta de caña, y sobre todo el laqueado en madera son típicos de esta región.

Las dos zonas arqueológicas más importantes son Ihuatzio y Tzintzuntzan, la región también cuenta con lagos, bosques y montañas, que le brindan la posibilidad de practicar diversas actividades de turismo cultural y de aventura. Entre las fiestas destacan la del Señor del Rescate de Tzintzuntzan, Semana Santa y “Noche de Muertos”, espectacular ceremonia indígena de reconocimiento internacional, así como la Feria Nacional del Cobre, en Santa Clara.

En los alrededores de Pátzcuaro se siembra mucho maíz y ello se ve reflejado en su gastronomía la cual destaca por su variedad de tamales, corundas y huchepos. Es típico de la región el pescado blanco, la carne apache, el queso de puerco, la sopa tarasca y la nieve de pasta en la Plaza Don Vasco de Pátzcuaro.

Región Zamora

El Oeste de Michoacán cobra gran importancia en la historia por su participación en la Cristiada de 1926-1929, formando parte de los movimientos de la guerra entre las nuevas disposiciones y leyes del gobierno hacia la Iglesia Católica. Ahora es conocido como un importante centro de desarrollo comercial y agroindustrial en Michoacán, por lo que tiene una infraestructura propia para albergar al turista que desee visitar los pueblos típicos de la Meseta Purépecha que conservan ancestrales tradiciones como el lenguaje indígena, las artesanías de gran calidad y hermoso diseño, como las piezas de alfarería de Patamban; las famosas piñas verdes de San José; los primorosos bordados en punto de cruz (huanengos) de Tarecuato y Zacán; los rebozos tradicionales y multicolores de La Piedad; la cestería de Santiago Tangamandapio; los diablos, figuras de barro colorido de Ocumicho; huaraches y



PESCADORES DE PATZCUARO

<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>



NOCHE DE MUERTOS TZITZUNTZAN

<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>



DANZA DE LOS VIEJITOS, PATZCUARO

<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>

sombreros propios de Azuayo y delicados azahares para novia de Chilchota y la artesanía de cristal cortado de Yurécuaro, entre muchas más.

La región ha sido beneficiada por su clima y vegetación, sus paisajes acuáticos de incomparable belleza lo hacen único en el estado. Se localizan diversos lagos como el de Camécuaro, Orandiro, La Estancia, Presa de Verduzco y La Alberca. En Ixtlán se encuentra un geiser que sube hasta los 30 metros, el lago de Chapala es lugar el arribo de diversas aves viajeras que llegan de noviembre a marzo y en los Reyes se encuentran los Chorros del Varal que son maravillosas caídas de agua.

En cuanto a la arquitectura podemos encontrar conventos y templos que datan desde el siglo XVI al XIX y van desde el plateresco hasta el neoclásico. En Zacapu se encuentra el Templo Franciscano del siglo XVI de estilo plateresco con un reloj de sol de hace cuatrocientos años. En Zamora se encuentran dos Catedrales, una de estilo neoclásico y la otra inconclusa en su construcción y de estilo neogótico, con cinco monumentales naves y en Sahuayo se encuentra la Iglesia del Sagrado Corazón, construida en el siglo XIX.

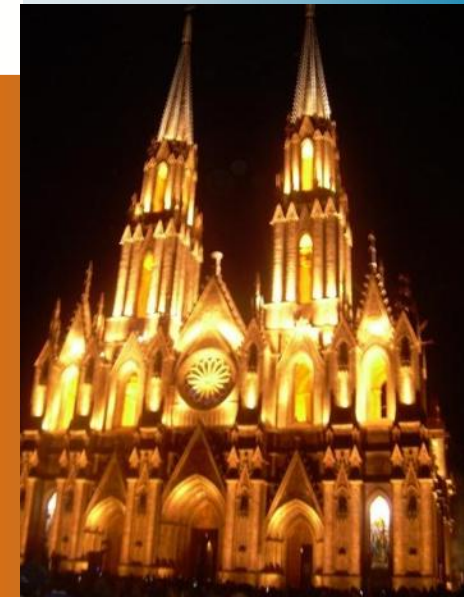
En cuanto a la gastronomía, Purépero, Sahuayo y San José de Gracia, se han especializado en quesos que compiten a nivel mundial. Son típicos de esta zona el minguiche, queso frito con chile y crema que se prepara en San José y el pan de Sahuayo, especialista en hacer pan de huevo como los picones, trancas y las semitas de piloncillo. Son también reconocidas las neverías de Tocombo, famosas por su peculiar forma de hacer paletas con infinidad de sabores, igual que los helados de zarzamora, queso, aguacate, etc. Aquí se cultiva también la tradición de la más fina dulcería como los flanes, camotes, cajeta y los famosos chongos.

Región La Costa

Es la única que se encuentra localizada en la costa, y se ubica en la ladera sur de la Sierra Madre del Sur y la angosta planicie de la llanura costera del Océano Pacífico, en medio de dos ríos, el Balsas y el Coahuayana, por lo que esta región cuenta con una variedad de paisajes así como de flora y fauna, en especial las playas Michoacanas son el refugio para el desove y reproducción de tres tipos de tortuga marina, golfina, laúd o gigante y tortuga negra, que constituyen una importante reserva ecológica, la cual no deja de ser una maravilla de nuestro estado.

Los principales atractivos de esta región son sus playas, en particular las playas de Nexpa y La Ticla, que presentan condiciones excepcionales para la práctica del surf, ya que el oleaje alcanza por lo regular los dos o tres metros de altura, presentando crestas en condiciones de baja velocidad y clasificadas en lenguaje técnico como “olas de un punto”, es decir que salen en una sola dirección.

Por su parte, Playa Azul es otro sitio de la costa michoacana donde se practica surf, pero sólo por parte de experimentados, pues a diferencia de La Ticla y Nexpa presenta condiciones “de dos puntos”, es decir, olas que se forman en dos direcciones distintas.



SANTUARIO GUADALUPANO REGION ZAMORA
http://www.turismoenfotos.com/items/mexico/morelia/5084_santuario-guadalupeano/



CENTRO REGIONAL DE EXPOSICIONES
 ZAMORA http://exporegionalzamora.blogspot.mx/2010/11/blog-post_4107.html



GEIZER IXTLAN DE LOS HERVORES, R. ZAMORA
<http://moreliamichoacanuphm.blogspot.mx/>

Sin embargo, si el visitante no es aficionado al surf, tendrá a su disposición una variedad de increíbles paisajes en la costa michoacana, que a lo largo de 213 kilómetros ofrece las más variadas vistas, con acantilados, esteros, bahías, caletas, formaciones rocosas y arenas que van desde los tonos negros hasta los dorados más claros. Por ejemplo, el Río Balsas, por su facilidad de navegación, es un importante atractivo turístico, que durante varios años fue el escenario de un Maratón Náutico Internacional.

La costa de Michoacán depara para degustar langostinos de espléndida frescura, el famoso pescado a la talla, asado sobre la leña de manglar. En Infiernillo las truchas recién pescadas en la presa son exquisitas así como lo tacos de hueva.

Región País de la Monarca

Esta región se encuentra situada en su totalidad en las estribaciones del Sistema Volcánico Transversal, cuenta con cuantiosos recursos minerales como el oro y la plata. Los paisajes que se observan allí son muy bellos, se encuentran bosques mixtos en su mayoría, con árboles susceptibles de aprovechamiento forestal, estos parajes han constituido desde hace muchos años el albergue de la Mariposa Monarca, siendo éste el mayor atractivo de la región por excelencia; ofrece también zonas arqueológicas, iglesias coloniales, ruinas mineras, campamentos turísticos, grutas, balnearios de gran calidad con aguas termales, una gastronomía exquisita y artesanías ofrecidas por grupos indígenas mazahuas y otomíes.

La Mariposa Monarca, símbolo y orgullo de Michoacán, se alberga en la región entre los meses de octubre a marzo, con un número aproximadamente de 60 millones, cuenta con 5 santuarios y para el turista se encuentran abiertos 2, “El rosario” en el municipio de Ocampo y “Sierra Chincua” en el municipio de Angangueo. Ambos santuarios así como los tres restantes conforman la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca, decretada en 1986 como área natural protegida.

La ciudad de Zitácuaro es conocida por sus acontecimientos históricos como “La tres veces heroica” por haber sido tres veces incendiada. Es por eso que los atractivos y sitios de interés de tan importante población son: el Cerrito de la Independencia, en cuya cima se encuentra el monumento al General Ignacio López Rayón; monumento y placa alusiva en el lugar donde se constituyó el primer Gobierno Nacional; el Monumento a la Bandera; la plaza Cívica Benito Juárez; el Palacio Municipal con murales que relatan la historia de Zitácuaro; el jardín de la Constitución y el jardín de la Mora del Cañonazo.

Los paisajes que se observan allí son muy bellos y acogedores, la Presa del Bosque se encuentra a sólo 12 kilómetros de la ciudad de Zitácuaro, este es un lugar propicio para el campismo y los deportes acuáticos. A 20 kilómetros sobre esta misma carretera está la desviación al “Salto de Enandio”, municipio de Benito Juárez, que es una gran cascada de aproximadamente 90 metros de altura. Los Azufres es una zona geotérmica en medio de bosques, lagunas, cabañas, áreas para campamentos y bellos paisajes que cuenta con de balnearios de aguas termales azufradas, en un territorio de 5 kilómetros a la redonda. El lugar es maravilloso pues se encuentran montañas densamente pobladas de pinos y abetos, géiseres, lagunas y manantiales que sirven de marco para disfrutar de varios campamentos turísticos.



PLAYA LA SOLEDAD, REGION COSTA
<http://www.playasmichoacan.com/2011/09/playas-de-michoacan-las-penas.html>



PLAYA LAS PEÑAS, REGION COSTA
<http://www.playasmichoacan.com/2011/09/playas-de-michoacan-las-penas.html>



MARIPOSA MONARCA, REGION PAIS MONARCA
<http://plazadearmas.com.mx/mexico/santuario-de-la-mariposa-monarca-mas-que-reserva-natural-zona-turistica/>

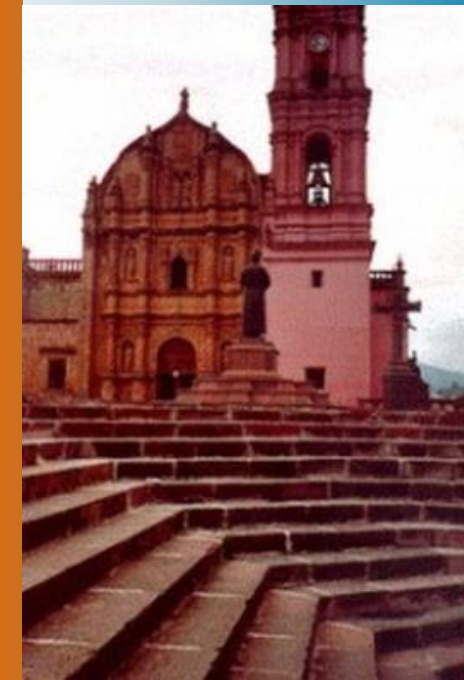
El municipio de Angangueo se encuentra a 34 kilómetros de Zitácuaro y funcionó como pueblo minero, pero ahora se puede apreciar un pueblo con gran colorido en el que se puede visitar el museo Casa Parker, perteneciente a una pareja de ingleses, que al morir, su casa pasó a manos de la Impulsora Minera de Angangueo y posteriormente fue destinada como museo; la instalación se encuentra decorada con magníficos toques ingleses así como algunos objetos mexicanos, contiene una crónica fotográfica de la época de la bonanza minera, y el túnel turístico de San Simón, que inicia en la casa Parker y concluye en el Templo de la Inmaculada Concepción. El templo es maravilloso pues posee un estilo gótico y un retablo único traído de Italia.



GRUTAS TZIRANDA, CD. HGO REGION MONARCA
http://michoacanbajomisojos.blogspot.mx/2011_06_01_archive.html

La zona arqueológica de esta región se encuentra en San Felipe de los Alzati, comunidad indígena otomí, situada a 9 kilómetros al norte de Zitácuaro. Ahí se puede encontrar el templo San Felipe, edificado durante el siglo XVI, sobresale por su belleza el atrio y la cruz monolítica con un disco de obsidiana al centro. Cerca se encuentra la Capilla de la Candelaria, destinada en tiempos remotos a ser el templo de las mujeres, posee un retablo de madera del siglo XVI y varias vírgenes con rasgos españoles de diferentes tamaños, o vestidas con trajes otomíes.

En la región se trabajan: cuadros de semilla natural y de madera, mariposas de papel, servilleteros, platería, hilados y tejidos. En cuanto a la gastronomía es peculiar de esta zona las carnitas de cerdo como platillo popular. En la región abundan diversas huertas frutales, por lo que son especialistas en frutas en conserva y cristalizadas.



TEMPLO TLALPÚJAHUA, REGION MONARCA
<http://www.pisodeexhibicion.com/Pub/0811B/Rin-Tlalpujahu.php>



ANÁLISIS DE LOS PERFILES DEL TURISTA

La segmentación del mercado turístico es la división del mercado total de turistas en varios grupos menores y homogéneos. La esencia de la segmentación es que los miembros de cada grupo son semejantes respecto de los factores que influyen en la demanda turística. Un elemento fundamental del éxito turístico es la capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Según Stanton et al (2007) para segmentar un mercado de manera organizada se requiere:

1. Identificar los deseos actuales y potenciales de un mercado.
2. Identificar las características que distinguen unos segmentos de otros.
3. Determinar el potencial de los segmentos y el grado en que se satisfacen.

Pero además, para que los resultados de la segmentación sean útiles para los prestadores de servicios turísticos es necesario que, las características que definen los segmentos sean medibles y que los datos que describen dichas características sean alcanzables. Otro requisito es que los segmentos del mercado turístico sean accesibles a través de los medios de comunicación. Por último, un requisito de utilidad, es que los segmentos sean lo suficientemente grandes para que sean rentables.

La segmentación del mercado se orienta a los turistas y, por lo tanto, es congruente con el concepto de marketing. Al segmentar el mercado, primero se identifican los deseos de los turistas en un submercado y entonces se decide si es práctico crear una mezcla de mercadotecnia para satisfacer tales deseos.

Existen diferentes formas de segmentar un mercado, la segmentación geográfica es subdividir los mercados en segmentos por su localización, ya sea en regiones, países, ciudades y pueblos en donde viven y trabajan los turistas. La segmentación demográfica es aquella en donde se utilizan datos demográficos como el ingreso, la edad, clase social y ocupación de las personas.

Las investigaciones realizadas en el mercado turístico indican que las características socio- demográficas de los consumidores no siempre predicen efectivamente el comportamiento, esto es especialmente válido en la industria del turismo, debido a que la gente con diferentes características demográficas muestra patrones de turismo similares, de igual forma, existen personas que presentan características demográficas diferentes y sin embargo tiene el mismo patrón de turismo.

Es por esta razón que se decidió realizar una segmentación psicográfica en función del estilo de vida. Esto permite ir más allá de los atributos demográficos en el esfuerzo por entender mejor por qué los turistas visitan los destinos que visitan y por qué se comportan como lo hacen. La segmentación psicográfica por estilo de vida, consiste en examinar los elementos relacionados con la forma de pensar, sentir y comportarse de los turistas.

En particular, la segmentación por estilo de vida involucra conocer las actividades, intereses y opiniones de una persona, en este caso un turista. Para los departamentos de mercadotecnia, el estilo de vida representa cómo se pasa el tiempo y que convicciones se defienden sobre diversos temas sociales, económicos y políticos. Sin lugar a duda, los estilos de vida de los turistas tienen un efecto sobre qué productos compran, que destinos visitan y que marcas prefieren. Nuestro objetivo es que los prestadores de servicios turísticos conozcan y diseñen sus estrategias de acuerdo a los segmentos de estilo de vida.

Fue posible realizar la segmentación de mercado en función del estilo de vida, esto para el caso de los turistas que visitaron Michoacán en el año 2009. El principal objetivo de este análisis es revelar la estructura latente del mercado en relación a los estilos de vida en función de los estilos de vida y por lo tanto descubrir las características específicas de cada grupo y la relación que existe entre el estilo de vida y el comportamiento del turista. El “estilo de vida” fue definido como los gustos y preferencias que tienen las personas, no solamente en cuestiones relacionadas al turismo, sino en actitudes hacia el trabajo, hacia la familia, hacia el éxito, entre otras. Incluye también las preferencias televisivas, radiofónicas y pasatiempos que practican.

Para lograr segmentar al turista en función del estilo de vida, se requiere una metodología objetiva, por lo cual se utilizó para este estudio, el método de interdependencia conocido como análisis de clusters o conglomerados. El análisis de clusters agrupa a los individuos, en este caso turistas, en conglomerados, de tal forma que los turistas del mismo conglomerado son más parecidos entre sí que a los turistas de otros conglomerados. Lo que se logró fue maximizar la homogeneidad de los turistas dentro de los conglomerados mientras que a la vez se maximizó la heterogeneidad entre los agregados.

El objetivo del estudio estaba considerado como exploratorio y no confirmativo, ya que fue usado para desarrollar una clasificación objetiva de los turistas que visitan el estado de Michoacán.

Un cuestionario fue diseñado para obtener información acerca de las variables que pueden determinar a qué clúster pertenece cada turista. El cuestionario contenía variables cualitativas (Escala de Likert) que informaban acerca de los intereses y opiniones de los turistas. De la misma forma también contenía variables cuantitativas (Escala nominal) que daban información de actividades y conductas. El comportamiento de los turistas depende de factores como: destinos visitados, tipo de hospedaje, medio de transporte o motivo del viaje. Después de analizar más de 60 preguntas con este tipo de información, un análisis factorial fue realizado (un análisis de los componentes principales), que hizo posible homogeneizar la información, crear una estructura final del cuestionario, eliminar la multicolinealidad y reducir el número de variables a solo 27.

Después de recolectar la información de los turistas que visitaron Michoacán en 2009, algunos valores extremos fueron detectados. Estos valores fueron eliminados cuando se encontraron no representativos.

Después de aplicar el análisis de clúster, cinco diferentes grupos de turistas fueron definidos y nombrados: “amantes de la casa”, “idealistas”, “autónomos”, “hedonistas” y “conservadores”. Su participación en el mercado, características e implicaciones de mercadotecnia se presentan en las secciones de resultados dentro de esta publicación.

CLASIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS SEGMENTOS

A continuación se describen las principales características que poseen cada uno de los cinco segmentos identificados en nuestro estudio, además se establecen puntos importantes al momento de definir estrategias de mercadotecnia.

AMANTE DE LA CASA

Las características más relevantes del segmento identificado como amante de la casa son:

- Enfocan sus esfuerzos a disfrutar de la vida familiar: Para este tipo de turistas es importante que se tomen en cuenta las necesidades de toda la familia al momento de realizar un viaje.
- Ellos enfocan sus esfuerzos en disfrutar una tranquila y feliz vida privada, haciendo énfasis especial en tener hijos y tomar responsabilidad de su educación. De hecho, ésta es una de sus mayores preocupaciones.
- Por esta razón ellos prefieren trabajar en casa en vez de otro lugar, y obtienen satisfacción de cargar con las tareas relacionadas al hogar.
- No son materia listas, son cautelosos en sus actitudes en relación con el futuro, ya que lo consideran incierto y toman precauciones para auto protegerse.
- Para una perspectiva consumista, son el segmento más demandante, particularmente en relación con los temas de la familia.
- Consideran que calidad es siempre más importante que precio, y esto se refleja en sus decisiones sobre las compras.
- Como pasatiempos, ellos disfrutan actividades culturales, así como visitas regulares a exhibiciones, monumentos o lugares de belleza natural.
- Tienen amplio rango de preferencias en material de lectura: libros, revistas para la casa, moda, chismes y salud; y periódicos, usualmente locales o regionales.
- Para la televisión; ellos prefieren noticias, documentales, temas actuales, programas de debates y viajes. En la radio, también prefieren programas de noticias.
- Tienen una fuerte aversión a los deportes y cualquier medio masivo.

A continuación se desglosan algunas estrategias de mercadotecnia útiles para los prestadores de servicios turísticos.

- Prefieren arreglos que satisfagan las necesidades de toda la familia.
- Año con año eligen los mismos destinos.
- Utilizan agencias de viajes y prefieren paquetes.
- Viajes dentro de área de residencia, disfrutan del turismo cultural.
- El mensaje recomendado en los esfuerzos de promoción sería: “Comodidad de la familia y que se adapte a niños y adultos”

IDEALISTA

Las características más relevantes del segmento identificado como idealista son:

- Aquellos en el segmento idealista creen que los logros en el éxito profesional están arraigados en la determinación de lograr un mejor mundo y en pelear contra la injusticia. Tienen un compromiso genuino con ellos mismos.
- Ponen especial atención en asuntos relacionados con el trabajo.
- Toman parte de actividades colaborativas en las empresas donde trabajan. Éste es resultado de su deseo de tener un trabajo en el que pueda ser entusiasta.
- Sin embargo, no están interesados en tomar responsabilidades administrativas.

- Su carácter es flexible, responsable y tolerante en todos los aspectos, ya sea en política, religión o en la ley y el orden.
- Este tipo de turistas le otorgan mayor importancia a calidad sobre precio y son los más innovadores en cuanto a los productos que consumen.
- Las principales actividades que realizan este tipo de turistas son: deportes, música clásica, conciertos, teatro, cine.
- En cuanto a sus hábitos de lectura se encuentran las revistas de política, los periódicos nacionales y locales.
- En cuanto a la radio, prefieren música a noticieros.

A continuación se desglosan algunas estrategias de mercadotecnia útiles para los prestadores de servicios turísticos.

- Prefieren arreglos que no sean en el mar.
- Prefieren el contacto con economía rural, casas de campo, actividades culturales.
- Generalmente viajan en grupos pequeños.
- Se recomienda que se utilicen medios como la TV y radio en programas de deportes y música.

AUTÓNOMO

Las características más relevantes del segmento identificado como autónomo son:

- Los miembros de este segmento ven el éxito ligado fundamentalmente con la libertad individual y la independencia. De hecho, un gran porcentaje de ellos se consideran independientes.
- Ellos ponen gran énfasis en disfrutar la vida. Esto es lo que ellos reconocen ser uno de los objetivos fundamentales y muchos de ellos lo logran.
- Ellos trabajan porque tienen que ganarse la vida. En términos generales, aspiran aumentar su escala social en base a su estilo de vida.
- En política, religión y sociedad, su punto de vista es flexible, e incluso evidencian considerable liberalismo.
- Ellos aceptan su realidad social, mientras piensan que la sociedad no se ha desarrollado lo suficientemente rápido. De hecho piensan que el futuro les traerá estabilidad y mejora.
- Realizan visitas frecuentes al cine y vida nocturna.
- No son atraídos por actividades culturales tales como exhibiciones o monumentos turísticos.
- Leen revistas de deportes y automóviles, pero ningún tipo de periódicos. En la televisión, ellos ven películas y en el radio escuchan programas deportivos y temas actuales.

A continuación se desglosan algunas estrategias de mercadotecnia útiles para los prestadores de servicios turísticos.

- Prefieren viajes de fines de semana y puentes.
- Pocas veces repiten destino. Este es un punto negativo para destinos, ya que este tipo de segmento de turistas tiene poca fidelidad al destino.
- Prefieren ciudades que ofrezcan vida nocturna.
- En cuanto a medio de comunicación, prefieren aquellos que estén relacionados con el deporte.

- Adicionalmente prefieren el destino de moda.
- Típicamente se trata de turistas jóvenes menores de 30 años.

HEDONISTA

Las características más relevantes del segmento identificado como hedonista son:

- Los factores que este grupo ve como símbolo de éxito se relacionan a dos campos: relaciones humanas, en las cuales ellos piensan que ya se encuentran bien establecidos; y en el trabajo, en donde ellos quieren tener un trabajo interesante y exitoso, permitiéndoles sentirse plenos, a pesar de que ellos no se sienten atraídos por puestos administrativos. Ellos aceptan la vida como viene y la disfrutan. Son tolerantes en lo que respecta a disciplina, política, ley y orden.
- A estas personas les atraen los productos y servicios recién llegados al mercado.
- Son también el grupo con mayor preocupación en la ecología.
- Dentro de las otras actividades atractivas que atraen a este segmento están: escuchar música, leer periódicos nacionales y regionales, así como revistas profesionales y de negocios.
- Las actividades relacionadas con la moda y el hogar no son de interés para ellos.
- Finalmente, los individuos que pertenecen a este grupo, no les interesan mucho otros medios de comunicación, sólo son de su interés las noticias y las películas.

A continuación se desglosan algunas estrategias de mercadotecnia útiles para los prestadores de servicios turísticos.

- Este tipo de turistas tienden a viajar con amigos.
- Activos e innovadores.
- Prefieren hoteles de categoría alta, en los que se pueden anexar eventos culturales.
- Utilizan la Internet para reservar su hospedaje y otro tipo de actividades.

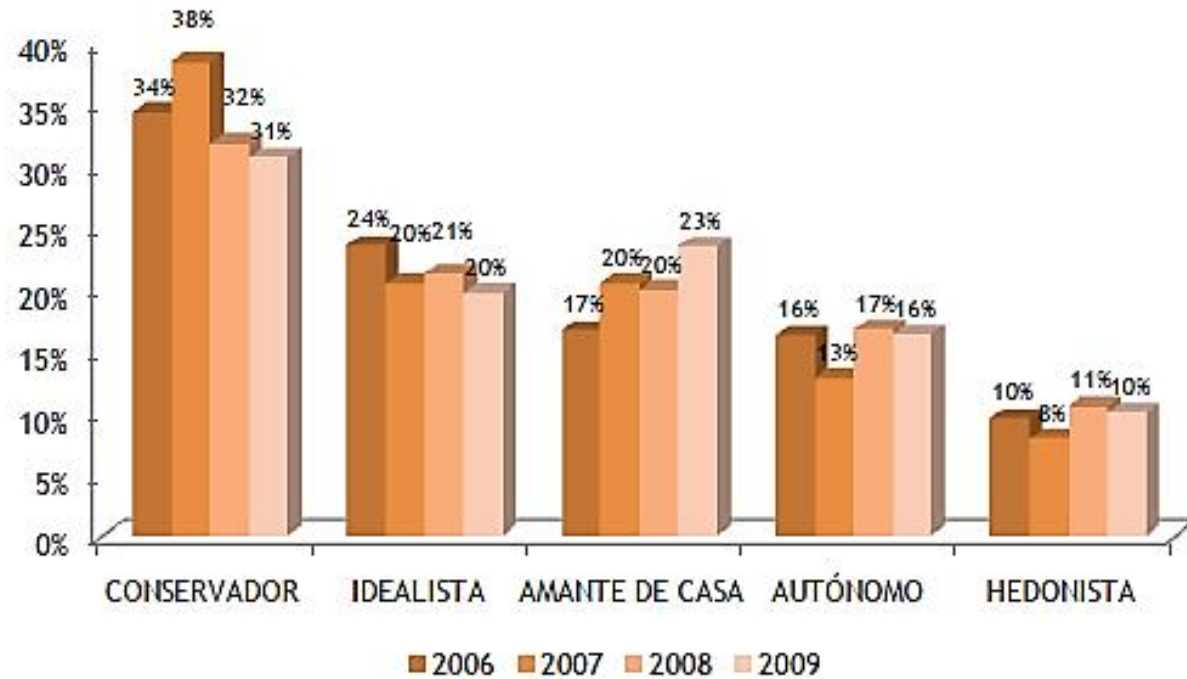
CONSERVADORES

Este segmento es el que históricamente representa más porcentaje de turistas para el caso de Michoacán. Las características más relevantes del segmento identificado como conservador son:

- Este segmento es amante de la vida casera, están enfocados en el bien estar de la familia y en el trabajo del día a día, aunque esto no satisface sus expectativas. Cuando tienen un problema, se voltean a la familia o a los amigos a pedir ayuda.
- Para ellos el éxito es realizar su trabajo en forma eficiente.
- Son el grupo más materialista.
- Son pesimistas acerca de la sociedad moderna.
- En cuanto a pasatiempos, prefieren lugares con belleza natural, NO vida nocturna, música moderna y cine.
- Prefieren noticias, ya sea en radio o televisión.

- A continuación se desglosan algunas estrategias de mercadotecnia útiles para los prestadores de servicios turísticos.
- Son el segmento más convencional o tradicional en cuanto a patrones de consumo.
 - No varían de hotel. En este sentido son turistas con lealtad al destino.
 - Destinos conocidos y recomendados (van a lo seguro).
 - Sitios tranquilos.
 - Solo viajan en vacaciones y puentes y son los que más gastan junto con los hedonistas.
 - No comen en el hotel, prefieren salir a comer.

SEGMENTACION DEL MERCADO EN FUNCION AL ESTILO DE VIDA DEL TURISTA



Segmentación de mercado en función del estilo de vida del turista. Años 2006-2009.
Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La gráfica anterior presenta el tamaño de cada segmento de turistas para el caso de Michoacán desde el 2006 y hasta el 2009. Dicha gráfica presenta la evolución y el tipo de turistas que fueron atraídos, puede observarse que el segmento que se ha presentado en mayor proporción durante los cuatro años fue el turistas conservador, esto permite a los prestadores de servicios elaborar estrategias de promoción de mercadotecnia encaminadas a satisfacer mejor a este tipo de turistas.

ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS POR PERIODOS

	AMANTE DE LA CASA	AUTÓNOMO	CONSERVADOR	HEDONISTA	IDEALISTA
REGIÓN MORELIA	17.6%	16.8%	33.2%	10.3%	22.2%
REGIÓN URUAPAN	18.0%	18.7%	31.9%	10.3%	21.0%
REGIÓN PÁTZCUARO	19.8%	14.5%	38.4%	7.3%	19.9%
REGIÓN ZAMORA	51.5%	10.1%	17.2%	9.3%	11.9%
REGIÓN LA COSTA	31.7%	10.5%	23.1%	19.0%	15.7%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	34.7%	20.5%	21.0%	8.1%	15.8%
TOTAL MICHOACÁN	23.4%	16.3%	30.6%	10.0%	19.7%

Análisis de conglomerados de los turistas que visitaron Michoacán para cada periodo evaluado y total del año 2009. Porcentaje de visitantes para cada conglomerado.

ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS POR REGIONES

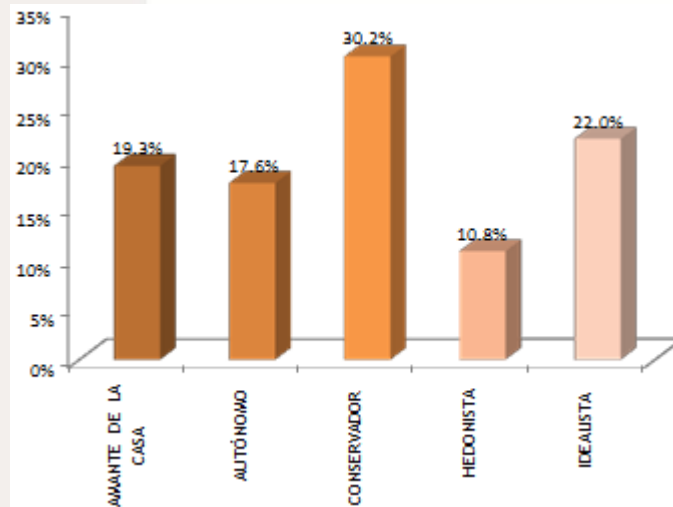
	AMANTE DE LA CASA	AUTÓNOMO	CONSERVADOR	HEDONISTA	IDEALISTA
MARIPOSA MONARCA	30.8%	21.2%	22.2%	8.5%	17.3%
SEMANA SANTA	22.2%	14.9%	31.8%	10.4%	20.6%
VERANO	27.6%	14.6%	30.9%	11.2%	15.8%
NOCHE DE MUERTOS	22.0%	17.3%	30.2%	9.7%	20.8%
FIN DE AÑO	31.0%	14.2%	28.8%	9.8%	16.2%
LPGA	7.4%	21.4%	29.9%	10.6%	30.7%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	17.0%	17.6%	32.1%	12.6%	20.7%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	19.3%	17.6%	30.2%	10.8%	22.0%
RESUMEN 2009	23.4%	16.3%	30.6%	10.0%	19.7%

Análisis de conglomerados de los turistas que visitaron Michoacán por región Visitada de y total de Michoacán. Año 2009. Porcentaje de visitantes para cada conglomerado

SEGMENTACION DEL MERCADO EN FUNCION DEL ESTILO DE VIDA PARA MICHOACAN

ANALISIS DE CONGLOMERADOS MICHOACAN	
TIPO DE TURISTA	PORCENTAJE
CONSEVADORES	30.6%
AMANTES DE LA CASA	26.4%
IDEALISTAS	19.7%
AUTONOMOS	16.3%
HEDONISTAS	10.0%
TOTAL	100%

Cuadro A. Segmentación del Mercado en Función del Estilo de Vida Para Michoacán.

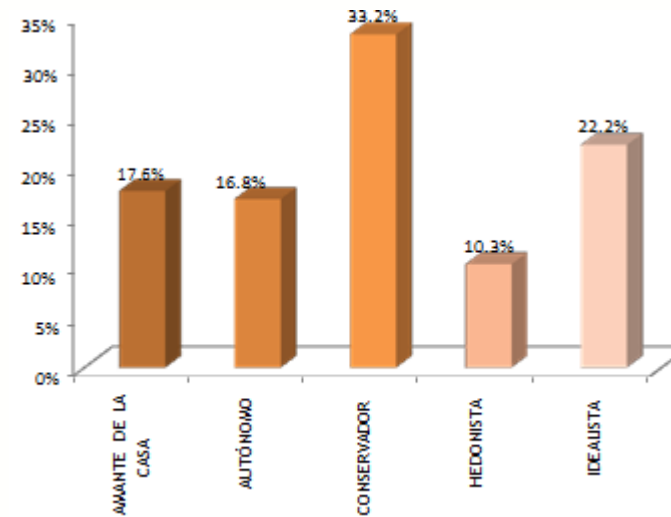


Gráfica A. Segmentación del Mercado en Función del Estilo de Vida. Michoacán. Año 2009

SEGMENTACION DEL MERCADO EN FUNCION DEL ESTILO DE VIDA PARA MICHOACAN

ANALISIS DE CONGLOMERADOS ZONA MORELIA	
TIPO DE TURISTA	PORCENTAJE
CONSEVADORES	33.2%
AMANTES DE LA CASA	22.2%
IDEALISTAS	17.6%
AUTONOMOS	16.8%
HEDONISTAS	10.3%
TOTAL	100%

Cuadro B. Segmentación del Mercado en Función del Estilo de Vida. Morelia. Año 2009.



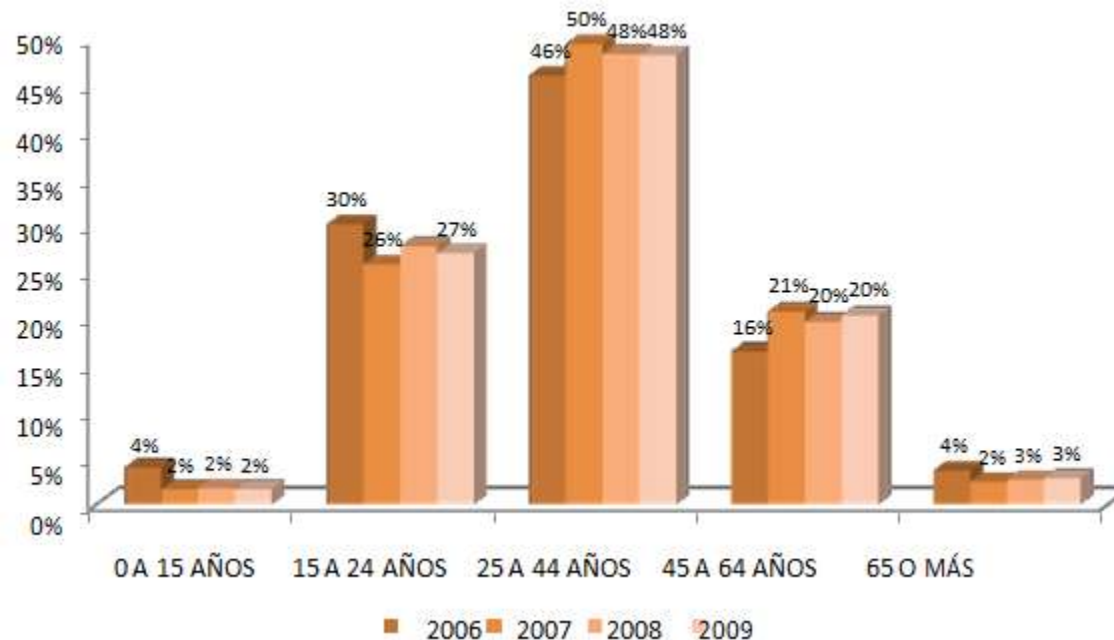
Gráfica B. Segmentación del Mercado en Función del Estilo de Vida. Morelia. Año 2009

Comparativo 2006 a 2009

En la presente sección se contrastan variables de los cuatro estudios PERFITUR realizados hasta la fecha, correspondientes a los años de 2006, 2007, 2008 y 2009. La intención detrás de este análisis es comparar las proporciones en los diferentes indicadores, de ninguna forma, el hecho de que un porcentaje sea mayor en algún año que en otro, implica mayor número de turistas con dicha característica

Es importante destacar que el número de encuestas realizado en las distintas ediciones del PERFITUR ha cambiado, al igual que los eventos que se han monitoreado en los distintos años. Sin embargo, para efectos de este comparativo tan solo se han tomado los resultados de los estudios comparables, de manera que el sesgo de la información sea el mínimo posible. La principal ventaja del proyecto PERFITUR es que el instrumento de medición "cuestionario" utilizado en todos los años es perfectamente comparable y nos permite medir la evolución del turismo en Michoacán con el paso de los años. A continuación se presenta un pequeño análisis para las 17 variables más importantes que comprende este estudio:

EDAD DEL TURISTA QUE VISITA MICHOCÁN



Distribución de edad del turista que visita Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

AFLUENCIA TURISTICA Y DERRAMA ECONOMICA

EDAD DEL TURISTA

	MENOR DE 15 AÑOS	15 A 24 AÑOS	25 A 44 AÑOS	45 A 64 AÑOS	MAJOR DE 64 AÑOS
REGIÓN MORELIA	1.5%	25.2%	48.7%	21.7%	2.9%
REGIÓN URUAPAN	1.8%	29.4%	46.2%	18.1%	4.5%
REGIÓN PÁTZCUARO	1.4%	29.8%	46.8%	19.6%	2.3%
REGIÓN ZAMORA	2.0%	23.3%	54.4%	19.4%	0.9%
REGIÓN LA COSTA	2.4%	32.7%	43.9%	19.7%	1.3%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	1.6%	26.4%	49.7%	19.3%	3.0%
MARIPOSA MONARCA	1.9%	27.4%	51.3%	17.9%	1.5%
SEMANA SANTA	1.2%	28.3%	49.1%	19.9%	1.6%
VERANO	2.0%	27.5%	48.6%	19.0%	2.9%
NOCHE DE MUERTOS	1.7%	28.0%	48.0%	19.4%	2.9%
FIN DE AÑO	1.8%	29.2%	47.7%	18.1%	3.2%
LPGA	1.2%	21.6%	38.7%	34.1%	4.4%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	1.5%	27.4%	49.3%	18.5%	3.4%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	1.4%	22.4%	47.5%	26.8%	2.0%
RESUMEN 2009	1.6%	27.0%	48.3%	20.3%	2.8%

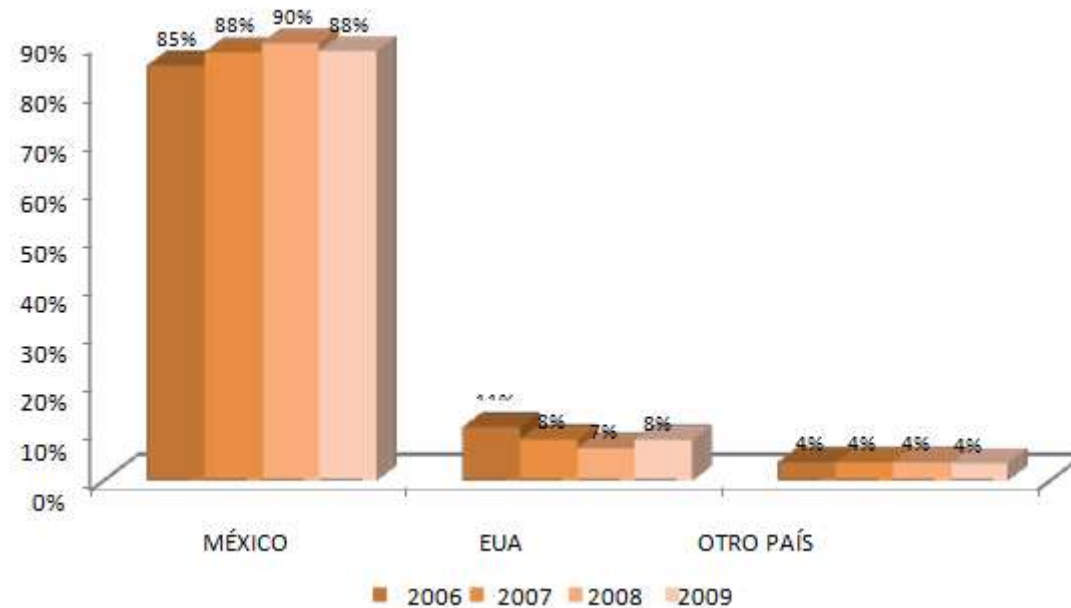
Rango de Edad del Turista que visitó Michoacán durante el año 2009.

GÉNERO DEL TURISTA

	MASCULINO	FEMENINO
REGIÓN MORELIA	56.6%	43.4%
REGIÓN URUAPAN	59.2%	40.8%
REGIÓN PÁTZCUARO	56.3%	43.7%
REGIÓN ZAMORA	60.3%	39.7%
REGIÓN LA COSTA	59.5%	40.5%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	56.6%	43.4%
MARIPOSA MONARCA	52.8%	47.2%
SEMANA SANTA	55.6%	44.4%
VERANO	57.1%	42.9%
NOCHE DE MUERTOS	55.5%	45.5%
FIN DE AÑO	61.9%	38.1%
LPGA	53.0%	47.0%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	54.7%	45.3%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	58.7%	41.3%
RESUMEN 2009	57.4%	42.6%

Género del Turista que visitó Michoacán durante el año 2009.

LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS MEXICANOS QUE VISITARON MICHOACÁN



Lugar de procedencia de los turistas mexicanos que visitaron Michoacán. Años 2006-2009.
Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La Gráfica muestra la procedencia de los turistas que visitaron Michoacán durante los años 2006, 2007, 2008 y 2009. En este sentido, la proporción de turistas mexicanos presentó una variación negativa en el último periodo de 1.8%, contrastando con el crecimiento que, hasta el año 2008, había alcanzado un 4.6%. Esto significa que la proporción de turistas procedentes de otros países revertió su tendencia a la baja, presentando para el 2009 un aumento de 1.7% respecto al 2008, sin embargo, queda por debajo de la proporción que este sector representaba en el 2007. Esta tendencia es aplicable tanto para los procedentes de los Estados Unidos de América, como para los otros países.

PROCEDENCIA DEL TURISTA

MEXICO, ESTADO:

La persona proviene de la República Mexicana y especifica la Entidad Federativa de la que procede.

EXTRANJERO:

El turista proviene de otro país, distinto a México.

ESTATUS MIGRATORIO MIGRANTE:

La persona vive y proviene de los Estados Unidos de América, aunque es de origen mexicano. Generalmente su motivo de viaje es el de visitar familiares y amigos.

NO MIGRANTE:

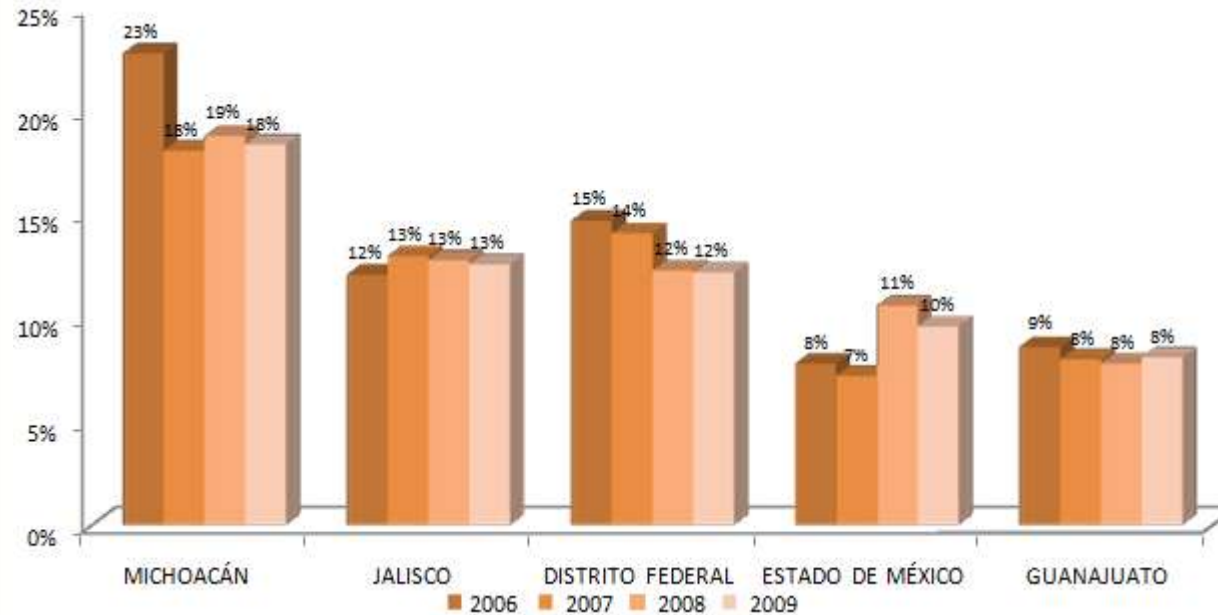
El turista proviene de otro país distinto a México, teniendo una nacionalidad distinta a la Mexicana. Generalmente su motivo de viaje es el de pasar sus vacaciones en nuestro país.

ESTATUS MIGRATORIO DE LOS TURISTAS QUE VIENEN DE ESTADOS

	MÉXICO	EUA	OTRO PAÍS
REGIÓN MORELIA	90.7%	6.0%	3.3%
REGIÓN URUAPAN	85.5%	11.1%	3.3%
REGIÓN PÁTZCUARO	85.7%	10.0%	4.4%
REGIÓN ZAMORA	73.3%	19.8%	2.9%
REGIÓN LA COSTA	89.9%	5.5%	4.6%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	90.4%	6.4%	3.2%
MARIPOSA MONARCA	87.4%	8.3%	4.3%
SEMANA SANTA	91.8%	5.3%	2.9%
VERANO	88.0%	8.2%	3.8%
NOCHE DE MUERTOS	88.6%	7.0%	4.4%
FIN DE AÑO	81.0%	15.5%	3.5%
LPGA	91.6%	5.2%	3.2%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	94.6%	2.8%	2.5%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	90.8%	3.4%	5.8%
RESUMEN 2009	88.2%	8.3%	3.5%

Estatus migratorio de los turistas provenientes de Estados Unidos que visitaron Michoacán por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

ENTIDAD FEDERATIVA DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS MEXICANOS



Entidad federativa de procedencia de los turistas mexicanos. Años 2006-2009.

Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La Gráfica 0.3 muestra las cinco entidades federativas que más turistas aportaron al destino Michoacán en los años 2006, 2007, 2008 y 2009. Durante este último año, la proporción de turistas Intraestatales (es decir, que provienen del interior del Estado de Michoacán) decreció en un 0.4% respecto a lo visto durante 2008. Los turistas procedentes del Distrito Federal y Guanajuato presentaron un ligero incremento en la proporción de visitantes hacia nuestro estado del 0.3% ambos, sin embargo aquellos procedentes de Jalisco, Estado de México y Querétaro reportaron una disminución del 0.6%, 1% y 0.5%. La disminución en porcentajes no tiene que considerarse como un retroceso en la captación de turistas en algunos estados, sino que debe verse como una implicación necesaria dado el aumento porcentual de turistas que proceden de otras entidades federativas.

ENTIDAD FEDERATIVA (CON TURISTAS INTRAESTATALES)

	REGIÓN MORELIA	REGIÓN URUAPAN	REGIÓN PÁT ZCUARO	REGIÓN ZAMORA	REGIÓN LA COSTA	REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	WARIPOSA MONARCA	SEMANA SANTA	VERANO	NOCHE DE MUERTOS	FIN DE AÑO	LPGA	FESTIVAL DE CINE DE MORELIA 09	FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	RESUMEN 2009
AGUASCALIENTES	2.2%	2.6%	1.9%	1.9%	0.8%	1.9%	1.9%	2.0%	2.7%	2.0%	2.0%	1.3%	1.6%	3.4%	2.1%
BAJA CALIFORNIA	0.6%	0.7%	0.7%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.4%	0.4%	0.8%	0.4%	0.6%	2.2%	0.5%
BAJA CALIFORNIA SUR	0.2%	0.0%	0.2%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.3%	0.0%	0.2%	1.5%	0.2%
CAMPECHE	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
COAHUILA	1.0%	0.3%	0.3%	0.2%	0.4%	0.1%	0.2%	0.7%	0.3%	0.4%	1.0%	0.4%	0.3%	3.7%	0.6%
COLIMA	3.7%	3.2%	3.7%	2.4%	3.7%	1.9%	2.6%	2.6%	3.7%	3.8%	3.9%	2.6%	3.8%	2.6%	3.3%
CHIAPAS	0.4%	0.6%	0.5%	0.2%	0.2%	1.3%	0.9%	0.4%	1.0%	0.6%	0.8%	0.4%	0.2%	0.4%	0.6%
CHIHUAHUA	0.4%	0.4%	0.3%	1.2%	0.0%	0.4%	0.9%	0.6%	0.4%	0.3%	0.2%	0.4%	0.3%	0.0%	0.4%
DISTRITO FEDERAL	12.1%	12.6%	11.5%	15.9%	11.3%	14.9%	12.7%	12.1%	14.7%	11.9%	13.2%	9.4%	10.8%	15.7%	12.6%
DURANGO	0.7%	0.5%	0.9%	0.5%	0.0%	0.4%	0.2%	0.5%	0.4%	0.5%	0.7%	0.9%	0.6%	1.1%	0.6%
GUANAJUATO	7.3%	8.2%	9.1%	9.5%	6.2%	9.8%	8.4%	8.4%	8.9%	7.9%	8.5%	8.3%	6.8%	4.8%	8.1%
GUERRERO	5.1%	5.8%	4.2%	6.4%	5.1%	5.0%	6.0%	3.9%	5.3%	5.2%	6.4%	5.2%	4.7%	3.0%	5.1%
HIDALGO	2.1%	1.3%	2.0%	0.2%	0.0%	1.2%	0.9%	1.7%	1.5%	1.3%	1.5%	2.0%	1.6%	1.9%	1.6%
JALISCO	10.6%	15.3%	13.5%	14.0%	12.1%	12.1%	11.8%	11.5%	11.8%	12.9%	12.5%	13.1%	8.6%	10.4%	12.2%
ESTADO DE MÉXICO	11.0%	8.3%	8.7%	5.7%	3.7%	11.8%	10.5%	9.8%	6.6%	10.8%	7.1%	14.2%	9.7%	7.1%	9.6%
MICHOACÁN	17.4%	12.9%	16.9%	19.2%	42.3%	16.5%	14.4%	19.4%	17.7%	18.6%	19.1%	19.2%	20.3%	16.8%	18.4%
MORELOS	1.7%	3.3%	1.6%	0.7%	0.0%	1.9%	2.8%	2.3%	1.0%	1.3%	1.5%	2.0%	2.0%	2.2%	1.8%
NAYARIT	1.6%	2.0%	2.0%	0.5%	0.0%	0.9%	1.5%	1.7%	1.1%	1.3%	1.5%	1.1%	1.6%	2.6%	1.5%
NUEVO LEÓN	1.9%	2.0%	2.6%	1.9%	0.2%	1.7%	2.6%	1.8%	1.1%	1.9%	2.0%	2.2%	2.5%	1.1%	1.9%
OAXACA	1.0%	2.2%	1.6%	0.9%	1.2%	2.0%	3.0%	1.6%	1.8%	1.3%	1.4%	0.2%	0.6%	1.1%	1.4%
PUEBLA	2.4%	3.6%	2.3%	1.9%	0.8%	1.4%	2.4%	2.9%	2.0%	2.0%	2.2%	2.8%	2.8%	1.5%	2.3%
QUERÉTARO	6.6%	5.8%	6.4%	6.2%	7.0%	8.3%	8.4%	6.7%	7.8%	7.1%	5.7%	6.8%	8.6%	4.1%	6.7%
QUINTANA ROO	0.2%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.1%	2.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.1%
SAN LUIS POTOSÍ	1.7%	1.3%	0.9%	3.1%	1.6%	0.5%	0.6%	1.8%	1.5%	1.1%	1.4%	1.3%	2.7%	0.4%	1.4%
SINALOA	1.2%	1.1%	0.5%	0.0%	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	1.1%	1.1%	0.9%	0.7%	1.1%	0.7%	0.8%
SONORA	0.8%	0.1%	1.2%	0.9%	0.2%	0.6%	0.9%	0.7%	0.9%	0.9%	0.3%	0.7%	1.1%	1.1%	0.7%
TABASCO	0.5%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.3%	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%	1.1%	0.3%
TAMAULIPAS	0.7%	1.4%	0.6%	0.7%	0.0%	0.5%	0.6%	0.8%	0.7%	0.6%	0.8%	0.7%	0.5%	1.9%	0.7%
TLAXCALA	0.5%	0.6%	0.9%	1.7%	1.0%	0.5%	0.6%	0.6%	0.8%	0.7%	0.8%	1.1%	0.3%	0.7%	0.7%
VERACRUZ	1.4%	1.2%	1.5%	1.7%	0.2%	1.8%	1.9%	1.4%	1.3%	1.1%	1.0%	0.9%	1.7%	1.9%	1.4%
YUCATÁN	0.8%	0.6%	0.5%	0.2%	1.2%	0.7%	1.1%	0.6%	0.7%	0.7%	0.6%	0.9%	1.1%	1.9%	0.7%
ZACATECAS	2.2%	1.3%	2.5%	0.9%	0.2%	1.2%	1.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.4%	1.1%	2.7%	3.4%	1.8%

Entidad Federativa de Procedencia del Turista por Periodo Evaluado y Total del año 2009. Incluye Turistas Intraestatales.

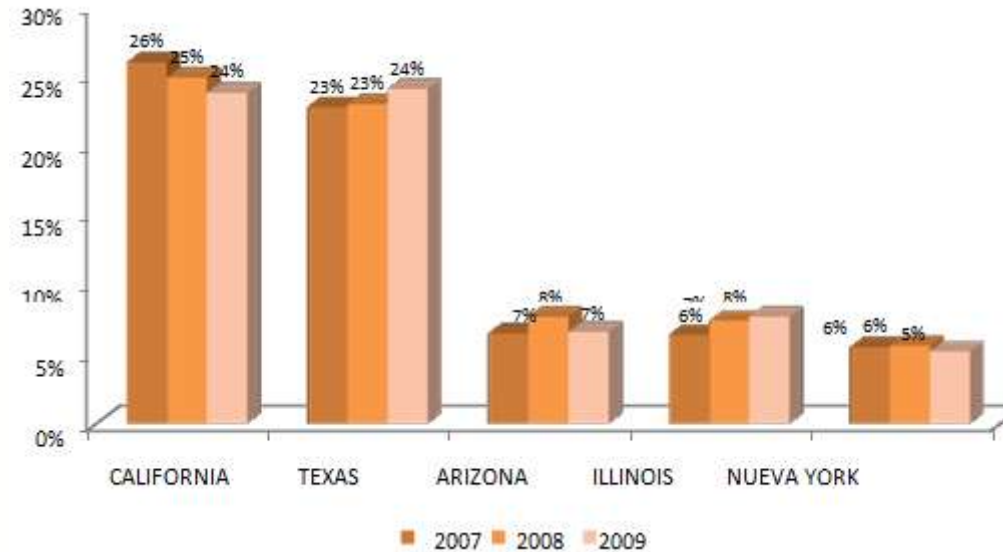


ENTIDAD FEDERATIVA (SIN TURISTAS INTRAESTATALES)

	REGIÓN MORELIA	REGIÓN URUAPAN	REGIÓN PATZCUARO	REGIÓN ZAMORA	REGIÓN LA COSTA	REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	MARIPOSA MONARCA	SEMANA SANTA	VERANO	NOCHE DE MUERTOS	FIN DE AÑO	LPGA	FESTIVAL DE CINE DE MORELIA 09	FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	RESUMEN 2009
AGUASCALIENTES	2.7%	2.9%	2.3%	2.3%	1.4%	2.3%	2.3%	2.5%	3.2%	2.5%	2.5%	1.6%	2.0%	4.0%	2.5%
BAJA CALIFORNIA	0.7%	0.9%	0.8%	0.3%	0.4%	0.2%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	0.8%	2.7%	0.6%
BAJA CALIFORNIA SUR	0.3%	0.0%	0.2%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.4%	0.0%	0.2%	1.8%	0.2%
CAMPECHE	0.0%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
COAHUILA	1.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.7%	0.1%	0.3%	0.8%	0.4%	0.5%	1.2%	0.5%	0.4%	4.5%	0.8%
COLIMA	4.4%	3.7%	4.5%	2.9%	6.4%	2.3%	3.0%	3.3%	4.5%	4.7%	4.8%	3.2%	4.7%	3.1%	4.0%
CHIAPAS	0.5%	0.7%	0.6%	0.3%	0.4%	1.6%	1.0%	0.5%	1.2%	0.7%	1.0%	0.5%	0.2%	0.4%	0.7%
CHIHUAHUA	0.5%	0.5%	0.4%	1.5%	0.0%	0.5%	1.0%	0.7%	0.5%	0.4%	0.3%	0.5%	0.4%	0.0%	0.5%
DISTRITO FEDERAL	14.7%	14.5%	13.9%	19.6%	19.6%	17.9%	14.8%	15.1%	17.9%	14.7%	16.3%	11.6%	13.6%	18.8%	15.5%
DURANGO	0.9%	0.6%	1.1%	0.6%	0.0%	0.5%	0.3%	0.6%	0.5%	0.6%	0.8%	1.1%	0.8%	1.3%	0.8%
GUANAJUATO	8.8%	9.5%	10.9%	11.7%	10.7%	11.8%	9.8%	10.4%	10.8%	9.7%	10.5%	10.2%	8.5%	4.9%	9.9%
GUERRERO	6.1%	6.6%	5.1%	7.9%	8.9%	6.0%	7.0%	4.8%	6.5%	6.4%	7.9%	6.5%	5.9%	3.6%	6.2%
HIDALGO	2.5%	1.5%	2.4%	0.3%	0.0%	1.4%	1.0%	2.1%	1.9%	1.6%	1.9%	2.4%	2.0%	2.2%	1.9%
JALISCO	12.8%	17.6%	16.3%	17.3%	21.0%	14.6%	13.8%	14.2%	14.4%	15.8%	15.4%	16.2%	10.8%	12.6%	14.9%
ESTADO DE MÉXICO	13.3%	9.6%	10.4%	7.0%	6.4%	14.1%	12.3%	12.2%	8.1%	13.3%	8.7%	17.5%	12.2%	8.5%	11.8%
MORELOS	2.1%	3.8%	2.0%	0.9%	0.0%	2.3%	3.3%	2.9%	1.2%	1.6%	1.9%	2.4%	2.6%	2.7%	2.2%
MAYAGÜEZ	2.0%	2.3%	2.4%	0.6%	0.0%	1.0%	1.8%	2.2%	1.4%	1.6%	1.9%	1.3%	2.0%	3.1%	1.8%
NUEVO LEÓN	2.2%	2.3%	3.1%	2.3%	0.4%	2.1%	3.0%	2.3%	1.4%	2.3%	2.5%	2.7%	3.2%	1.3%	2.3%
OAXACA	1.2%	2.6%	1.9%	1.2%	1.8%	2.4%	3.5%	1.9%	2.2%	1.6%	1.8%	0.3%	0.8%	1.3%	1.7%
PUEBLA	3.0%	4.2%	2.8%	2.3%	1.4%	1.7%	2.8%	3.6%	2.5%	2.5%	2.7%	3.5%	3.6%	1.8%	2.8%
QUERÉTARO	8.0%	6.6%	7.7%	7.6%	12.1%	9.9%	9.8%	8.3%	9.4%	8.8%	7.1%	8.4%	10.8%	4.9%	8.2%
QUINTANA ROO	0.3%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.2%
SAN LUIS POTOSÍ	2.0%	1.5%	1.1%	3.8%	2.8%	0.6%	0.8%	2.3%	1.9%	1.4%	1.8%	1.6%	3.4%	0.4%	1.7%
SINALOA	1.4%	1.2%	0.6%	0.0%	0.7%	0.3%	0.3%	0.6%	1.4%	1.4%	1.1%	0.8%	1.4%	0.9%	1.0%
SONORA	1.0%	0.1%	1.5%	1.2%	0.4%	0.7%	1.0%	0.8%	1.1%	1.1%	0.4%	0.8%	1.4%	1.3%	0.9%
TABASCO	0.6%	0.0%	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.4%	0.2%	0.5%	0.0%	0.6%	1.3%	0.4%
TAMAILIPAS	0.8%	1.6%	0.7%	0.9%	0.0%	0.6%	0.8%	1.0%	0.9%	0.7%	1.0%	0.8%	0.6%	2.2%	0.8%
TLAXCALA	0.6%	0.7%	1.1%	2.1%	1.8%	0.6%	0.8%	0.7%	1.0%	0.9%	1.0%	1.3%	0.4%	0.9%	0.8%
VERACRUZ	1.7%	1.4%	1.8%	2.1%	0.4%	2.2%	2.3%	1.7%	1.6%	1.4%	1.2%	1.1%	2.2%	2.2%	1.7%
YUCATÁN	0.9%	0.7%	0.6%	0.3%	2.1%	0.8%	1.3%	0.7%	0.9%	0.9%	0.7%	1.1%	1.4%	2.2%	0.9%
ZACATECAS	2.7%	1.5%	3.0%	1.2%	0.4%	1.4%	1.8%	2.2%	2.1%	2.2%	1.8%	1.3%	3.4%	4.0%	2.2%

Entidad Federativa de Procedencia del Turista por Periodo Evaluado y Total del año 2009. No Incluye Turritas Intraestatales.

ESTADO DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS PROCEDENTES DE E.U.A.



Estado de procedencia de los turistas procedentes de E.U.A. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

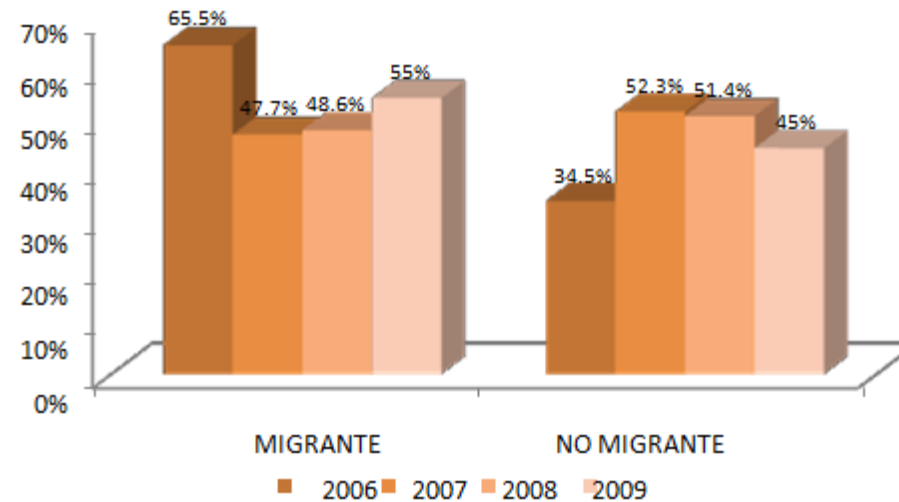
Como se observó en la Gráfica, en 2007, 8.4% de los turistas que visitaron Michoacán, proceden de Estados Unidos de América. En el 2008, el porcentaje cayó a 6.6% y en el 2009 se recuperó al 8%. De los estados de Texas y California proceden cerca del 50% de los turistas, estos estados han permanecido en los primeros lugares desde el 2007. Illinois, ha presentado un crecimiento sostenido, en tanto el porcentaje de turistas recibidos en el Estado, pasando de 6.4% a 7.7% del año 2007 al 2009 respectivamente. Arizona, Nuevo York y Ohio presentaron una decremento en la proporción respecto al año 2008 de 1.1%, 0.4% y 0.7% respectivamente. El estado de Nueva York mantuvo inalterable su contribución de turistas a México con un 2.6%.

ESTADOS DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VIENEN DE ESTADOS UNIDOS

	REGIÓN MORELIA	REGIÓN URUAPAN	REGIÓN PATZCUARO	REGIÓN ZAMORA	REGIÓN LA COSTA	REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	MAIPOSA MONARCA	SEMANA SANTA	VERANO	NOCHE DE MUERTOS	FIN DE AÑO	LPGA	FESTIVAL DE CINE DE MORELIA 09	FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	RESUMEN 2009
ALABAMA	0.0%	0.0%	0.7%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
ALASKA	2.7%	0.0%	2.8%	1.9%	0.0%	1.4%	0.0%	3.4%	4.4%	2.5%	1.1%	0.0%	5.3%	10.1%	1.9%
ARIZONA	2.2%	8.9%	5.7%	16.7%	3.3%	4.1%	4.5%	8.5%	4.4%	3.8%	8.6%	3.8%	5.3%	0.0%	6.6%
ARKANSAS	0.4%	0.0%	1.4%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.3%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
CALIFORNIA	22.4%	22.8%	25.5%	16.7%	43.3%	28.8%	25.0%	23.7%	24.2%	21.5%	22.4%	26.9%	15.8%	10.0%	23.8%
COLORADO	1.8%	0.0%	0.0%	1.9%	6.7%	2.7%	4.5%	0.0%	1.1%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%
CONNECTICUT	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	0.0%	2.7%	2.3%	1.7%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
DELAWARE	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
FLORIDA	2.7%	4.9%	0.0%	1.9%	0.0%	5.5%	6.8%	3.4%	2.2%	2.5%	2.9%	0.0%	5.3%	0.0%	2.6%
GEORGIA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
IDAHO	3.1%	2.4%	1.4%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	3.3%	3.8%	2.3%	3.8%	0.0%	0.0%	2.1%
ILLINOIS	10.3%	1.6%	7.8%	4.6%	6.7%	15.1%	15.9%	6.8%	11.0%	10.1%	2.9%	7.7%	21.1%	10.0%	7.7%
INDIANA	1.8%	0.0%	2.1%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.3%	3.4%	0.0%	5.3%	0.0%	1.3%
IOWA	0.9%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	1.4%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	10.0%	0.7%
KANSAS	0.4%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
LOUISIANA	1.3%	1.6%	0.7%	0.0%	0.0%	1.4%	2.3%	1.7%	0.0%	1.3%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	1.0%
MICHIGAN	1.8%	5.7%	0.7%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	2.2%	3.8%	2.9%	3.8%	0.0%	0.0%	2.0%
MINNESOTA	2.2%	3.3%	0.0%	0.0%	6.7%	1.4%	2.3%	0.0%	2.2%	3.8%	1.7%	7.7%	5.3%	0.0%	1.7%
MISSISSIPPI	0.4%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.3%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
MONTANA	0.4%	0.0%	1.4%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	1.1%	1.3%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
NEBRASKA	0.4%	3.3%	1.4%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	2.2%	1.3%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
NEVADA	1.8%	0.0%	1.4%	4.6%	0.0%	1.4%	2.3%	1.7%	1.1%	1.3%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%
NUEVO MÉXICO	1.3%	0.0%	2.8%	0.9%	6.7%	1.4%	2.3%	1.7%	1.1%	1.3%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
NUEVA YORK	8.1%	2.4%	5.7%	0.0%	3.3%	8.2%	9.1%	0.0%	6.6%	5.1%	3.4%	7.7%	15.8%	0.0%	5.2%
CAROLINA DEL NORTE	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	10.0%	0.3%
OHIO	3.1%	0.0%	2.8%	2.8%	3.3%	0.0%	0.0%	3.4%	3.3%	1.3%	1.1%	3.8%	5.3%	0.0%	2.3%
OKLAHOMA	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
OREGON	2.2%	2.4%	0.7%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	2.5%	2.3%	3.8%	0.0%	10.0%	1.6%
PENNSYLVANIA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
CAROLINA DEL SUR	1.8%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
TENNESSEE	0.9%	0.0%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.3%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
TEXAS	21.5%	29.3%	27.7%	23.1%	16.7%	20.5%	15.9%	32.2%	20.9%	24.1%	23.6%	23.1%	15.8%	30.0%	24.1%
UTAH	0.4%	0.0%	2.1%	0.9%	0.0%	1.4%	2.3%	0.0%	2.2%	1.3%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
VIRGINIA	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
WASHINGTON	2.2%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	1.4%	2.3%	1.7%	0.0%	1.3%	0.0%	3.8%	0.0%	10.0%	1.1%
VIRGINIA OESTE	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
WISCONSIN	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.3%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%

Estado de Procedencia del Turista Estadounidense que visitó Michoacán por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

ESTATUS MIGRATORIO



Estatus migratorio de los turistas procedentes de E.U.A. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

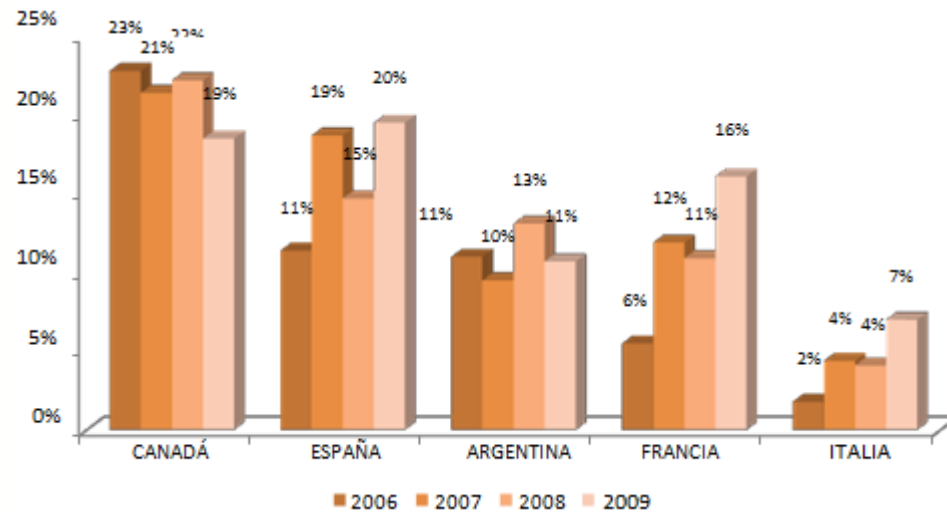
Se puede observar que la proporción de turistas migrantes revertió su tendencia a la baja que había presentado de los años 2006 a 2008, periodo en el que disminuyó 13.23%, para el 2009 la proporción de turistas migrantes aumento en un 6.4% respecto al año anterior. Por el contrario, la relación de turistas no migrantes dio un paso atrás en su crecimiento sostenido en el periodo 2006-2008, donde dicho segmento creció un 13.23%; esta proporción se contrajo para el 2009 en un 6.4% respecto al 2008. Esto es una mala señal en términos de gasto realizado y en derrama económica para la entidad, ya que históricamente los turistas migrantes presentan un gasto promedio diario menor que los turistas no migrantes. Sin embargo, no hay que tomarlo como una tendencia definitiva y esperar el comportamiento del próximo año para corroborar la tendencia o calificarlo como un comportamiento atípico.

ESTATUS MIGRATORIO DE LOS TURISTAS QUE VIENEN DE ESTADOS UNIDOS

	MIGRANTE	NO MIGRANTE
REGIÓN MORELIA	49.3%	50.7%
REGIÓN URUAPAN	65.0%	35.0%
REGIÓN PÁTZCUARO	56.7%	43.3%
REGIÓN ZAMORA	71.3%	28.7%
REGIÓN LA COSTA	60.0%	40.0%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	30.1%	69.9%
MARIPOSA MONARCA	34.1%	65.9%
SEMANA SANTA	50.8%	49.2%
VERANO	52.7%	47.3%
NOCHE DE MUERTOS	43.0%	57.0%
FIN DE AÑO	67.8%	32.2%
LPGA	11.5%	88.5%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	57.9%	42.1%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	40.0%	60.0%
RESUMEN 2009	55.4%	44.6%

Estatus migratorio de los turistas provenientes de Estados Unidos que Visitaron Michoacán por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

PAIS DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. SIN CONSIDERAR A ESTADOS UNIDOS.



Países de procedencia de los turistas extranjeros (no incluye E.U.A.). Años 2006-2009.
Fuente: Perfil del Turista “PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009”

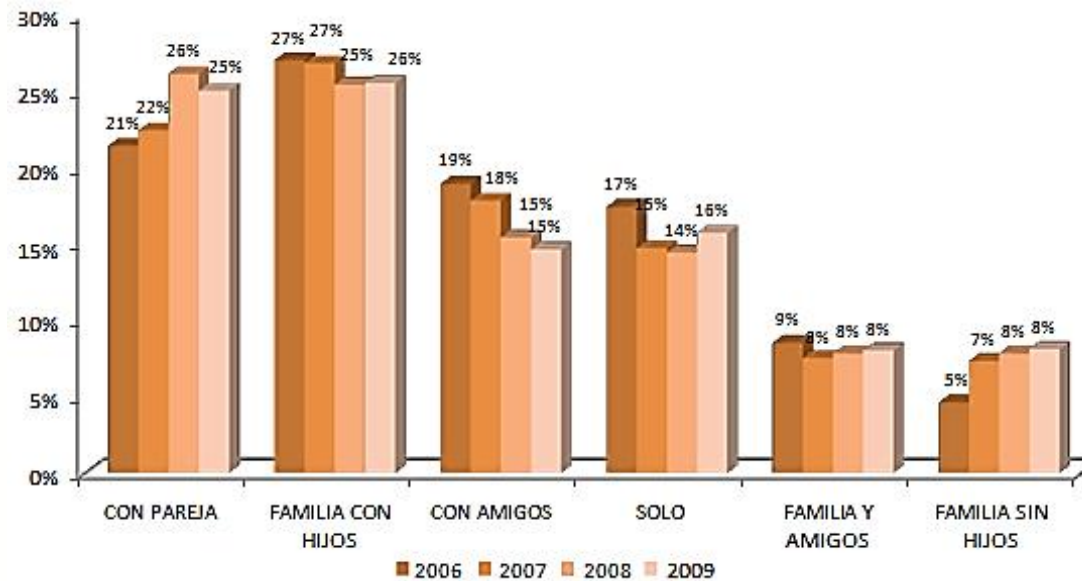
La Gráfica muestra los seis principales países de origen de los turistas extranjeros que llegan a Michoacán, sin considerar a los Estados Unidos de América. En dicha gráfica se muestra que el mayor porcentaje de turistas extranjeros provienen, en el 2009, de España, sufriendo un ligero incremento del 4.6% respecto al año anterior. Canadá, que en años anteriores había liderado esta categoría, se presenta en segunda posición con un decremento del 4%. Otros países que reportaron un aumento en su porcentaje fueron Francia e Italia con un 5%, 2.9% respecto al 2008. Argentina y Alemania reportaron una disminución del 2.6% y 0.4% respectivamente. Cabe destacar que la disminución no es un detalle negativo, sino que significa un incremento en otros países no reportados en la gráfica.

PAIS DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

	REGIÓN MORELIA	REGIÓN URUAPAN	REGIÓN PATZCUARO	REGIÓN ZAMORA	REGIÓN LA COSTA	REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	MARIPOSA MONARCA	SEMANA SANTA	VERANO	NOCHE DE MUERTOS	FIN DE AÑO	LPGA	FESTIVAL DE CINE DE MORELIA 09	FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	RESUMEN 2009
FRANCIA	17.2%	16.7%	12.9%	25.0%	24.0%	8.1%	0.0%	9.1%	16.7%	18.4%	12.8%	18.8%	11.8%	52.9%	16.1%
HOLANDA	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
ALEMANIA	4.9%	8.3%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.1%	0.0%	4.1%	2.6%	12.5%	0.0%	17.6%	3.7%
ITALIA	7.4%	2.8%	12.9%	12.5%	0.0%	2.7%	4.3%	6.1%	7.1%	8.2%	10.3%	6.3%	11.8%	17.6%	7.0%
REINO UNIDO	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	2.7%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	5.9%	1.0%
ESPAÑA	15.6%	36.1%	21.0%	18.8%	8.0%	21.6%	17.4%	12.1%	26.2%	20.4%	23.1%	18.8%	11.8%	0.0%	19.5%
BÉLGICA	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
DEUCE	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.3%
RUSIA	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
VENEZUELA	0.8%	0.0%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%
NORUEGA	1.6%	8.3%	0.0%	6.3%	4.0%	2.7%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%
UCRANIA	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
GUATEMALA	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
FINLANDIA	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
INGLATERRA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.4%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
CANADÁ	24.6%	2.8%	9.7%	12.5%	20.0%	29.7%	34.8%	27.3%	11.9%	12.2%	12.8%	25.0%	47.1%	0.0%	18.5%
COSTA RICA	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
COLOMBIA	0.0%	2.8%	1.6%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%
CUBA	1.6%	0.0%	1.6%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	4.8%	2.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
PARAGUAY	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
IRLANDA	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
PERÚ	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
BRASIL	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
ARGENTINA	9.8%	0.0%	17.7%	6.3%	12.0%	16.2%	21.7%	15.2%	9.5%	8.2%	17.9%	0.0%	11.8%	0.0%	10.7%
POLOIA	1.6%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%
JAPÓN	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	12.0%	0.0%	0.0%	3.0%	2.4%	2.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
CROACIA	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
DINAMARCA	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.8%	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	2.0%
AUSTRALIA	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
CHILE	4.1%	0.0%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	2.4%	6.1%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	2.3%
URUGUAY	2.5%	8.3%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	4.8%	6.1%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	2.3%

País de Procedencia del Turista Extranjero que visitó Michoacán por
Período Evaluado y Total del año 2009. No incluye estadounidenses.

CON QUIEN VIAJA EL TURISTA



Acompañantes del Turista que visita el estado de Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista “PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009”.

En cuanto a las personas que viajan con los turistas entrevistados, para 2009 no resaltó algún aumento o disminución de alguna de las opciones de respuesta, respecto al 2008. Sin embargo, tomando en cuenta los valores registrados en el 2006, los turistas que viajan en pareja, ha crecido un 3.6%, totalizando para el 2009 un 25%. Otro de los grupos que ha presentado un aumento considerable, 3.5%, es el de las familias sin hijos, representando para el 2009 un 8.1% del total. Por otro lado, los turistas que viajaron con amigos disminuyeron en 4.3% del 2006 al 2009. En las categorías restantes no se presentó alguna variación importante, solo cabe destacar que el grupo de mayor participación es el de familia con hijos con un 25.5%.

CON QUIEN VIAJA EL TURISTA

	SOLO	CON PAREJA	FAMILIA CON HIJOS	FAMILIA SIN HIJOS	FAMILIA Y AMIGOS	CON AMIGOS	COMPAÑEROS DE ESTUDIO/TRABAJO
REGIÓN MORELIA	15.6%	26.8%	25.3%	8.3%	7.8%	13.2%	3.0%
REGIÓN URUAPAN	12.0%	23.3%	25.3%	8.1%	10.8%	16.9%	3.6%
REGIÓN PÁTZCUARO	15.9%	26.6%	24.5%	7.2%	6.7%	16.2%	2.8%
REGIÓN ZAMORA	11.9%	21.6%	28.4%	11.7%	7.3%	15.5%	2.6%
REGIÓN LA COSTA	30.4%	15.3%	26.6%	7.2%	5.7%	11.6%	3.1%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	14.1%	25.1%	25.3%	7.5%	8.6%	15.3%	4.0%
MARIPOSA MONARCA	12.4%	25.6%	27.1%	9.0%	7.1%	15.6%	3.2%
SEMANA SANTA	15.2%	25.9%	25.2%	8.0%	7.9%	15.0%	2.8%
VERANO	14.9%	24.1%	28.1%	7.5%	6.8%	15.2%	3.4%
NOCHE DE MUERTOS	16.1%	23.3%	26.5%	7.9%	6.9%	15.4%	3.9%
FIN DE AÑO	17.8%	23.4%	24.1%	7.1%	9.6%	15.7%	2.3%
LPGA	16.6%	27.7%	23.2%	6.0%	7.4%	14.8%	4.4%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	14.9%	26.3%	24.4%	9.2%	8.6%	13.1%	3.4%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	15.6%	25.1%	24.7%	11.5%	9.2%	11.5%	2.4%
RESUMEN 2009	15.7%	25.0%	25.5%	8.1%	8.0%	14.6%	3.1%

Acompañantes del turista que visitó Michoacán
por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

¿CON QUIÉN VIAJA?

SOLO.

El turista no viaja acompañado. Generalmente es porque asiste sólo a una cita de negocios.

CON SU PAREJA.

Los turistas van acompañados de otra persona, de su pareja sentimental, ya sea porque disfruten de su luna de miel, festejen algún aniversario de bodas, o viajen con la única intención de disfrutar la compañía en pareja.

CON MI FAMILIA INCLUYENDO HIJOS.

Esta variable se refiere al turista que viaja con toda su familia, es decir, paseos de los que pueden disfrutar niños y adultos para conocer ciertos lugares del estado.

CON ADULTOS DE LA FAMILIA SIN HIJOS.

Se refiere a que el turista viaja con otra persona adulta, no es necesario que vaya con su pareja sentimental, puede ser que sean 2 personas del mismo sexo pero que pertenezcan a la misma familia, o bien, que viajen únicamente adultos de una familia para disfrutar actividades propias de su edad o su gusto.

CON FAMILIA Y AMIGOS.

Se refiere a que el viajero sea acompañado por miembros de su familia y también por amigos.

CON AMIGOS.

Quiere decir que el turista viaja acompañado de un grupo de amigos, generalmente de la misma edad.

COMPAÑEROS DE TRABAJO-ESTUDIO.

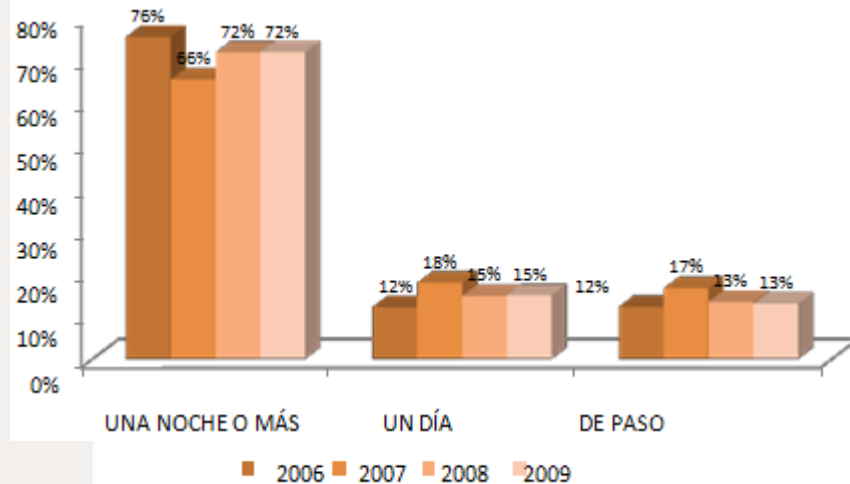
Quiere decir que el turista viaja solamente con personal de trabajo para atender algún negocio o con compañeros de la escuela en algún viaje de prácticas.

NUMERO DE VISITAS A MICHOACAN EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS

	PRIMERA VEZ	DOS VECES	TRES VECES	DE CUATRO A SEIS	DE SIETE A NUEVE	DIEZ O MÁS
REGIÓN MORELIA	22.2%	18.9%	19.7%	15.3%	10.8%	13.1%
REGIÓN URUAPAN	36.7%	21.2%	18.7%	10.7%	4.4%	8.2%
REGIÓN PÁTZCUARO	25.3%	17.2%	18.9%	15.5%	8.8%	14.3%
REGIÓN ZAMORA	22.0%	22.2%	22.7%	15.6%	7.3%	10.3%
REGIÓN LA COSTA	18.3%	15.7%	18.3%	11.3%	7.7%	28.8%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	37.2%	23.4%	17.8%	9.0%	5.4%	7.2%
MARIPOSA MONARCA	37.2%	22.9%	21.4%	6.6%	5.5%	6.4%
SEMANA SANTA	26.9%	19.3%	18.9%	14.1%	8.3%	12.6%
VERANO	25.7%	21.4%	20.7%	14.0%	8.2%	10.0%
NOCHE DE MUERTOS	24.6%	21.0%	19.9%	15.0%	9.2%	10.2%
FIN DE AÑO	26.0%	16.7%	16.8%	14.4%	6.7%	19.5%
LPGA	24.0%	17.4%	16.2%	15.6%	13.8%	13.2%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	20.8%	17.4%	21.0%	16.2%	11.2%	13.4%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	29.8%	22.7%	16.9%	10.8%	7.1%	12.5%
RESUMEN 2009	26.4%	19.5%	19.3%	13.6%	8.5%	12.7%

Número de veces que el turista ha visitado Michoacán en los últimos 5 años.
Turistas que viajaron al estado durante cada periodo evaluado y total del año 2009.

CUANTAS NOCHES PIENSA PASAR EN MICHOACAN



Número de noches que el turista planea permanecer en Michoacán.
Años 2006-2009 Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006 - 2009"

ESTANCIA PROMEDIO



Estancia promedio en noches de turistas que pernoctaron en Michoacán.
Años 2007-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2007- 2009"

En cuanto a las noches que los turistas pensaban pasar en la entidad se registró una ligera recuperación respecto al año anterior, disminuyendo el porcentaje de los turistas de paso.

Los turistas que pernoctan (y que en muchos casos utilizan servicios de hospedaje y complementarios), incrementaron su proporción al 72%, acercándose un poco más al nivel de 2006. Por su parte, los turistas que visitaban Michoacán por un día presentaron un aumento del 0.2%, de esta manera los que estaban solamente de paso disminuyeron en proporción.

NÚMERO DE NOCHES PLANEADAS EN EL DESTINO TURÍSTICO

NINGUNA (ESTOY DE PASO)

Se refiere a que el estado es solamente un punto intermedio para que el turista viaje de una entidad federativa a otra, y no se encuentra allí para conocer el destino turístico.

NINGUNA (ESTOY VISITANDO EL ESTADO POR UN DÍA)

Esto quiere decir que el turista no pasará ninguna noche en el estado, pero que viajó a Michoacán con el motivo de visitar un lugar en especial, aunque no es necesario que pase la noche en el lugar visitado.

UNA O MÁS NOCHES.

Esto se refiere a que el turista pernoctará una noche o más en la ciudad visitada, para recorrer el estado y conocerlo con mayor detenimiento.

ESTANCIA PROMEDIO

Número de noches que el turista permanece en el destino turístico visitado. Se realiza un promedio de toda la muestra y por diferentes segmentos de la misma para conocer los distintos patrones de viaje del turista.

La estancia promedio es un indicador fundamental para el turismo y en particular para los prestadores de servicios en hospedaje. En esta ocasión, el número de noches promedio que pasaron los turistas que decidieron pernoctar en Michoacán, presentó un ligero repunte respecto al 2008, pasando de 4.11 a 4.4 noches promedio, quedando todavía por debajo del valor registrado en 2006 y 2007. Es importante mencionar que este número incluye a los turistas que pernoctaron no solo en hoteles sino en otro tipo de alojamientos como son: casa de familiares o amigos, casas de campaña, hostales entre otros.

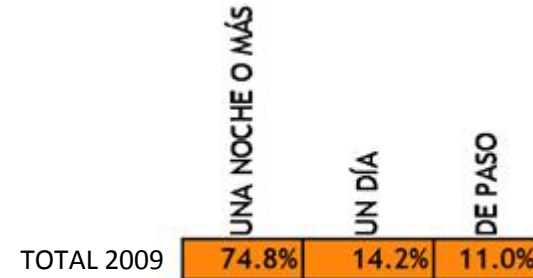
Segmentando a los turistas de acuerdo con su procedencia podemos identificar que el promedio de noches que pasaron los turistas nacionales en Michoacán no presentó variaciones importantes, mientras que la estancia promedio de turistas estadounidenses se recuperó, pasando de 9.9 noches en el 2008 a 10.2 noches en el 2009. Para el segmento de turistas de otras nacionalidades se reportó un decremento de 9.22 a 8.77 noches promedio.

NUMERO DE NOCHES PLANEADAS EN EL DESTINO

	UNA NOCHE O MÁS	UN DÍA	DE PASO
REGIÓN MORELIA	76.3%	11.5%	12.2%
REGIÓN URUAPAN	73.6%	20.1%	6.3%
REGIÓN PÁTZCUARO	77.4%	12.9%	9.7%
REGIÓN ZAMORA	73.3%	9.3%	17.4%
REGIÓN LA COSTA	56.8%	17.3%	25.8%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	54.6%	25.7%	19.7%
MARIPOSA MONARCA	55.6%	25.2%	19.2%
SEMANA SANTA	74.8%	12.3%	12.9%
VERANO	69.5%	16.4%	14.1%
NOCHE DE MUERTOS	71.6%	16.1%	12.3%
FIN DE AÑO	73.7%	13.5%	12.9%
LPGA	78.8%	13.0%	8.2%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	76.5%	12.2%	11.3%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	75.3%	10.2%	14.6%
RESUMEN 2009	71.7%	15.0%	13.2%

Número de noches que el turista tiene planeadas en el destino turístico para cada Periodo Evaluado y Total del año 2009. Incluye Turistas Intraestatales.

NÚMERO DE NOCHES PLANEADAS EN EL DESTINO TURISTICO SIN TURISTAS INTRAESTATALES



Número de noches que el turista tiene planeadas en el destino turístico para cada Periodo Evaluado y Total del año 2009. No Incluye Turistas Intraestatales

VISITARA ALGUNA OTRA REGION EN EL ESTADO

	SI	NO
REGIÓN MORELIA	72.7%	27.3%
REGIÓN URUAPAN	72.9%	27.1%
REGIÓN PÁTZCUARO	73.0%	27.0%
REGIÓN ZAMORA	74.3%	25.7%
REGIÓN LA COSTA	74.7%	25.3%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	78.1%	21.9%
MARIPOSA MONARCA	78.0%	22.0%
SEMANA SANTA	70.8%	29.2%
VERANO	77.7%	22.3%
NOCHE DE MUERTOS	71.9%	28.1%
FIN DE AÑO	79.5%	20.5%
LPGA	63.5%	36.5%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	70.2%	29.8%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	79.7%	20.3%
RESUMEN 2009	73.5%	26.5%

Porcentaje de Turistas que planea visitar al menos otra Región Turística del Estado además de la que visitaba en el momento de la Encuesta. Por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

DIAS QUE PASARA EN ALGUNA OTRA REGION DEL ESTADO

	PROMEDIO
REGIÓN MORELIA	2.1
REGIÓN URUAPAN	2.7
REGIÓN PÁTZCUARO	2.4
REGIÓN ZAMORA	3.8
REGIÓN LA COSTA	2.2
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	1.6
MARIPOSA MONARCA	1.5
SEMANA SANTA	2.6
VERANO	2.9
NOCHE DE MUERTOS	2.3
FIN DE AÑO	1.7
LPGA	1.6
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	1.8
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	3.5
RESUMEN 2009	2.3

Número de Noches planeadas en otras Regiones Turísticas del Estado además de aquella en la que se le encuestó. Por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

DIAS DE ESTANCIA PROMEDIO

	NACIONAL	E.U.A.	OTROS PAÍSES	SIN IMPORTAR ORIGEN
REGIÓN MORELIA	3.58	9.89	7.97	4.21
REGIÓN URUAPAN	3.54	9.84	11.06	4.68
REGIÓN PÁTZCUARO	3.78	10.60	6.95	4.77
REGIÓN ZAMORA	4.24	13.77	13.81	7.13
REGIÓN LA COSTA	3.38	5.92	10.60	4.06
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	2.64	7.68	9.00	3.51
MARIPOSA MONARCA	2.71	6.78	6.09	3.51
SEMANA SANTA	3.78	10.37	9.19	4.41
VERANO	3.30	9.54	8.92	4.26
NOCHE DE MUERTOS	3.31	8.67	8.51	4.06
FIN DE AÑO	3.98	12.01	10.19	5.81
LPGA	3.28	7.05	6.94	3.63
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	3.31	13.18	9.73	3.83
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	6.33	8.70	8.59	6.61
RESUMEN 2009	3.54	10.29	8.77	4.49

Noches de estancia promedio del turista que visitó Michoacán por Periodo Evaluado y Total del año

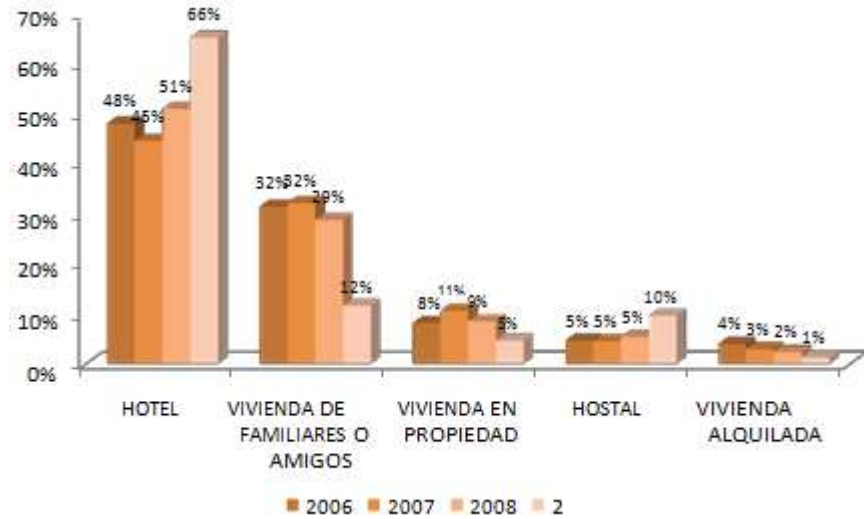
La estancia promedio es un indicador fundamental para el turismo y en particular para los prestadores de servicios en hospedaje. En esta ocasión, el número de noches promedio que pasaron los turistas que decidieron pernoctar en Michoacán, presentó un ligero repunte respecto al 2008, pasando de 4.11 a 4.4 noches promedio, quedando todavía por debajo del valor registrado en 2006 y 2007. Es importante mencionar que este número incluye a los turistas que pernoctaron no solo en hoteles sino en otro tipo de alojamientos como son: casa de familiares o amigos, casas de campaña, hostales entre otros. Segmentando a los turistas de acuerdo con su procedencia podemos identificar que el promedio de noches que pasaron los turistas nacionales en Michoacán no presentó variaciones importantes, mientras que la estancia promedio de turistas estadounidenses se recuperó, pasando de 9.9 noches en el 2008 a 10.2 noches en el 2009. Para el segmento de turistas de otras nacionalidades se reportó un decremento de 9.22 a 8.77 noches promedio.

DIAS DE ESTANCIA PROMEDIO DE TURISTAS QUE SE HOSPEDAN EN HOTELES

	NACIONAL	E.U.A.	OTROS PAÍSES	SIN IMPORTAR ORIGEN
TOTAL 2009	3.04	6.37	7.94	3.65

Estancia promedio del turista que visitó Michoacán por Periodo Evaluado y Total del año 2009. Incluye solo Turistas que se hospedan en hoteles.

TIPO DE ALOJAMIENTO



Tipo de alojamiento utilizado por los turistas que pernoctaron en Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

TIPO DE ALOJAMIENTO

Tipos de alojamiento utilizados por el turista por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

REGIÓN MORELIA
REGIÓN URUAPAN
REGIÓN PÁTZCUARO
REGIÓN ZAMORA
REGIÓN LA COSTA
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA
MARIPOSA MONARCA
SEMANA SANTA
VERANO
NOCHE DE MUERTOS
FIN DE AÑO
LPGA
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA
RESUMEN 2009

	HOTEL	VIVIENDA EN PROPIEDAD	VIVIENDA DE FAMILIARES O AMIGOS	VIVIENDA ALQUILADA	CASA DE CAMPAÑA	HOSTAL	OTROS
REGIÓN MORELIA	51.8%	8.9%	30.2%	1.8%	1.2%	5.5%	0.4%
REGIÓN URUAPAN	43.4%	10.3%	34.0%	1.6%	2.1%	7.6%	1.0%
REGIÓN PÁTZCUARO	44.1%	11.2%	34.7%	1.9%	1.5%	5.9%	0.7%
REGIÓN ZAMORA	41.0%	18.0%	36.3%	1.0%	1.3%	1.8%	0.8%
REGIÓN LA COSTA	41.9%	6.5%	36.7%	3.9%	3.9%	4.9%	2.3%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	51.5%	6.2%	26.0%	1.9%	7.7%	3.3%	3.3%
MARIPOSA MONARCA	82.6%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.7%	0.0%
SEMANA SANTA	57.6%	0.0%	21.2%	6.1%	0.0%	12.1%	0.0%
VERANO	71.4%	4.8%	9.5%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%
NOCHE DE MUERTOS	67.3%	4.1%	12.2%	0.0%	0.0%	8.2%	0.0%
FIN DE AÑO	74.4%	0.0%	17.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%
LPGA	75.0%	0.0%	18.8%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	47.1%	0.0%	11.8%	5.9%	0.0%	23.5%	0.0%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	47.1%	17.6%	11.8%	0.0%	5.9%	17.6%	0.0%
RESUMEN 2009	65.8%	4.7%	11.7%	1.3%	0.7%	9.7%	0.3%

TIPO DE ALOJAMIENTO

HOTELES O SIMILARES.

Se refiere a que el tipo de alojamiento que utilizó el turista es un hotel o en un lugar donde el recinto sea rentado de manera comercial.

VIVIENDA EN PROPIEDAD.

Se refiere a que el turista ha adquirido una casa propia en el destino vacacional.

VIVIENDA DE FAMILIARES O AMIGOS.

El turista se aloja en la casa de familiares o amigos durante el tiempo que se quede en el estado.

VIVIENDA EN TIEMPO COMPARTIDO.

Se refiere a que el turista ha adquirido un tiempo compartido en donde cuenta con una casa- habitación por un tiempo determinado a lo largo del año.

VIVIENDA ALQUILADA.

El turista renta una casa y/o habitación, ya sea directamente al propietario, o mediante una agencia de viajes.

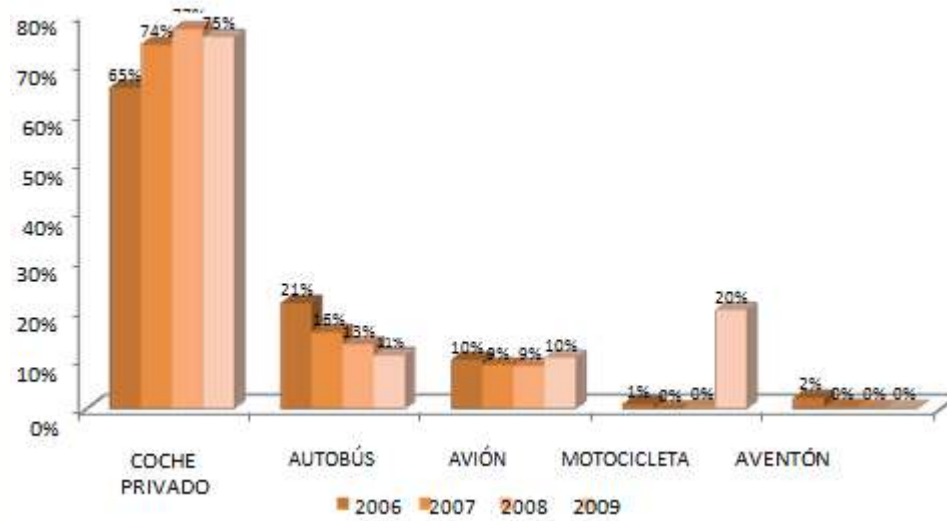
OTROS ALOJAMIENTOS.

Esto quiere decir que el turista busca alojamientos distintos a los ya antes mencionados tales como: acampar en un sitio tranquilo o dormir en el vehículo en el que se desplazan.

SIN ESPECIFICAR.

Este tipo de alojamientos se refieren cuando el turista no sabe en realidad en qué tipo de alojamiento se va a quedar. También puede ser que el sitio que está visitando no cuenta con ninguno de estos alojamientos.

MEDIO DE TRANSPORTE



Medio de transporte utilizado por los turistas que visitan Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La proporción de turistas que utilizaron el automóvil como principal medio de transporte para llegar a Michoacán, presentó un revés en su tendencia a la alza presentada en años anteriores, sin embargo, el 75.3% que utilizó este medio en 2009 se ubica por encima del 63% que lo utilizó en el 2006. Por otra parte, la proporción de turistas que utilizó el autobús disminuyó en un 2.3% respecto al 2008 y en un 4.7% respecto al 2006. La proporción de turistas que utilizó el avión como principal medio de transporte presentó un aumento, llegando hasta un 10.3% en 2009, recuperándose de la caída en el año 2007 y 2008, en este último el porcentaje apenas ascendía a 8.7%.

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

	COCHE PRIVADO	COCHE ALQUILADO	AUTOBÚS LÍNEA REGULAR	AUTOBÚS PRIVADO	AVIÓN LÍNEA CHARTER	AVIÓN LÍNEA REGULAR	MOTOCICLETA	AVENTON	OTROS
REGIÓN MORELIA	73.8%	1.5%	10.7%	1.5%	0.8%	10.7%	0.3%	0.3%	0.3%
REGIÓN URUAPAN	75.2%	1.7%	12.0%	1.4%	0.7%	8.6%	0.1%	0.1%	0.2%
REGIÓN PÁTZCUARO	73.9%	1.2%	10.9%	1.5%	1.3%	9.2%	0.2%	0.6%	1.1%
REGIÓN ZAMORA	80.6%	0.9%	6.8%	0.5%	0.4%	10.4%	0.2%	0.0%	0.2%
REGIÓN LA COSTA	51.8%	1.3%	37.3%	1.5%	0.0%	7.7%	0.2%	0.0%	0.2%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	80.7%	0.9%	8.7%	0.9%	0.7%	7.2%	0.2%	0.4%	0.3%
MARIPOSA MONARCA	79.5%	0.8%	9.4%	1.1%	0.8%	7.5%	0.0%	0.6%	0.4%
SEMANA SANTA	74.0%	1.6%	11.4%	1.5%	1.1%	9.5%	0.4%	0.3%	0.2%
VERANO	75.2%	1.0%	12.3%	1.1%	0.5%	8.6%	0.3%	0.4%	0.7%
NOCHE DE MUERTOS	75.6%	1.3%	11.1%	1.2%	0.5%	9.2%	0.2%	0.4%	0.4%
FIN DE AÑO	69.4%	1.3%	17.3%	1.0%	1.1%	9.2%	0.3%	0.2%	0.3%
LPGA	74.9%	1.6%	10.6%	2.4%	0.4%	9.4%	0.0%	0.6%	0.2%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	74.1%	2.2%	12.8%	2.4%	0.9%	7.0%	0.0%	0.4%	0.1%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	55.9%	1.0%	7.8%	0.0%	2.4%	31.9%	0.3%	0.3%	0.3%
RESUMEN 2009	74.0%	1.3%	12.1%	1.3%	0.8%	9.5%	0.2%	0.3%	0.4%

Medios de transporte utilizados por el turista por Periodo Evaluado y Total del año 2009.

MEDIO DE TRANSPORTE

COCHE PRIVADO

El principal medio de transporte que utilizó el turista durante el viaje es un coche particular.

COCHE ALQUILADO

Esto se refiere a que el turista acudió a una agencia de alquiler de automóviles para obtener un medio de transporte y no utilizar líneas regulares o por no tener acceso a un automóvil propio.

AUTOBÚS LÍNEA REGULAR

Se refiere a los turistas que como medio regular de transporte utilizaron las líneas de autobús comerciales preestablecidas.

AUTOBÚS PRIVADO.

Se refiere a los grupos de personas que rentaron un autobús para realizar el viaje.

AVIÓN CHARTER.

Esta variable indica que los turistas tomaron un vuelo especial para arribar al destino, ya sea porque un grupo de personas se organizó para rentar el avión o bien, porque alguna agencia de viajes ofrezca este servicio en paquetes.

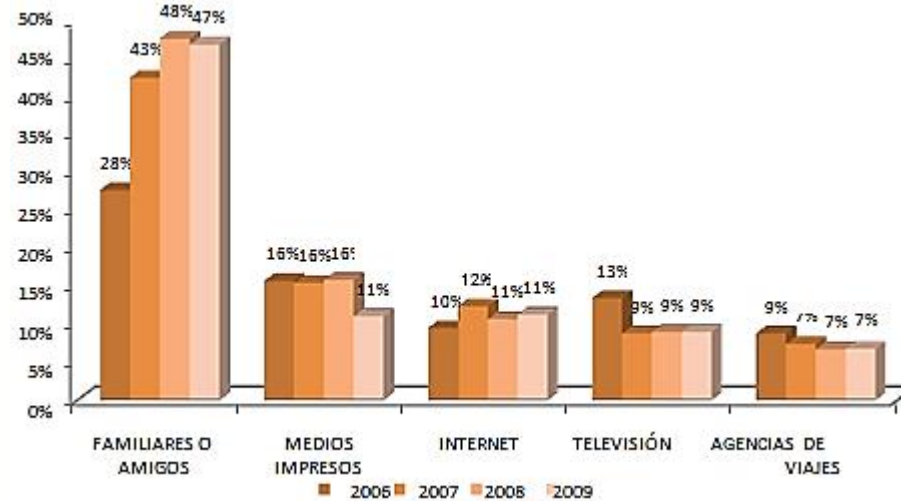
AVIÓN LÍNEA REGULAR.

Indica que el medio de transporte utilizado en su viaje a Michoacán, fue por el uso de una línea aérea comercial preestablecida.

MOTOCICLETA.

Significa que el turista realizó su viaje en motocicleta como principal medio de transporte.

MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE INFLUYO EN LA DECISION DE VIAJE



Medio de comunicación que influyó en la decisión de viaje. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

En el caso de los medios de comunicación que influyeron en tomar la decisión de visitar Michoacán se observa que las recomendaciones de amigos y familiares presentó un ligero decremento de 47.9% en 2008 a 47.10% en 2009, tendencia sin precedentes durante los años en los que se ha realizado el estudio. La influencia de los medios impresos registró un decremento del 4.8% respecto al 2008, situándose en un 11.1%. En el caso del Internet se registró un incremento en su importancia respecto al año anterior, registrando un 11.3% de las incidencias. La televisión se mantuvo en el mismo nivel de representación que el año 2008, con un 9% de participación. Las agencias de viajes ganaron un poco de influencia, al pasar de 6.7 en 2008 a 6.8 en 2009.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TELEVISIÓN

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán debido al contenido que vio en la televisión de su localidad, ya sean anuncios publicitarios, programas culturales, reportajes, etcétera.

RADIO

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán debido al contenido que escuchó en la radio de su localidad, ya sean anuncios publicitarios, programas culturales, reportajes, etcétera.

MEDIOS IMPRESOS

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán debido al contenido que vio en los medios impresos de su localidad, ya sean anuncios publicitarios, noticias, reportajes, etcétera. Estos medios incluyen periódicos, revistas, publicaciones, folletos publicitarios, entre otros.

INTERNET

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán debido al contenido que encontró en Internet, ya sean páginas de oficinas de turismo, anuncios publicitarios, noticias, reportajes, foros, correos electrónicos, etcétera.

FAMILIARES O AMIGOS

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán debido a la recomendación de familiares o amigos, ya sea, residentes de Michoacán, o bien, que hayan visitado Michoacán en alguna ocasión previa quedando satisfechos con su viaje.

AGENCIAS DE VIAJES

El turista tomó la decisión de visitar Michoacán después de ir a una agencia de viajes de su localidad, en donde le informaron de los destinos turísticos que Michoacán ofrece, los paquetes promocionales, las actividades que se pueden realizar, etcétera.

OTROS MEDIOS

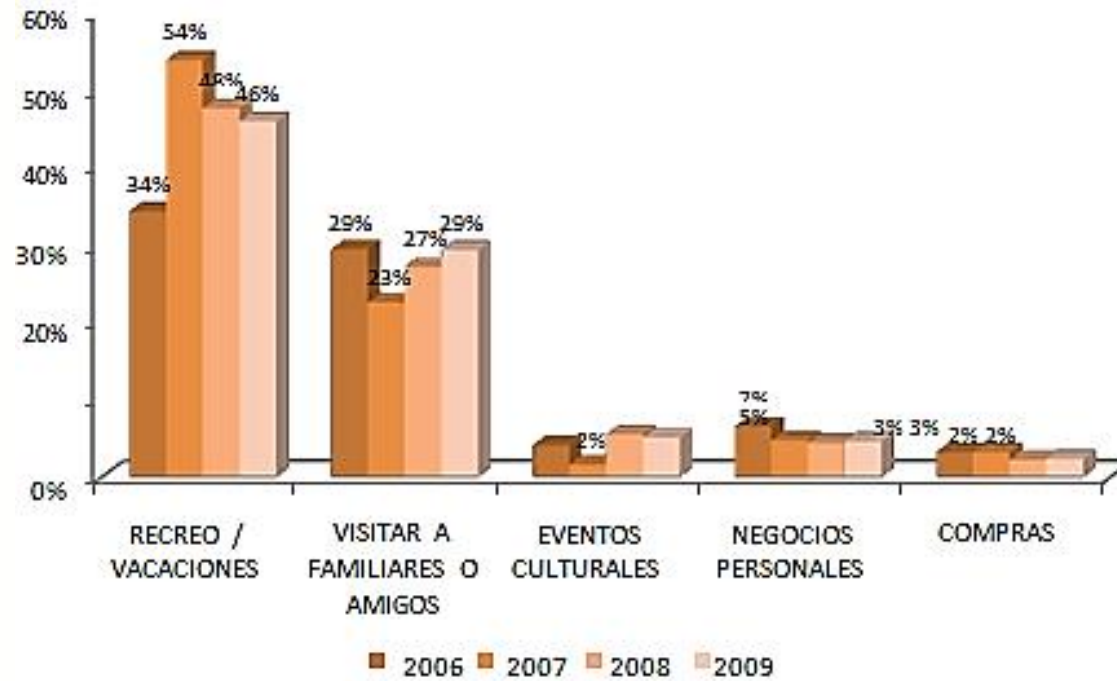
El turista tomó la decisión de visitar Michoacán por un medio de comunicación distinto a los previamente mencionados.

MEDIO DE COMUNICACION

	PERIÓDICO	RADIO	AGENCIAS DE VIAJES	INTERNET	TELEVISIÓN	FAMILIARES O AMIGOS	MEDIOS IMPRESOS	CINE	ANUNCIOS O ESPECTACULARES	OTROS
REGIÓN MORELIA	3.9%	2.8%	6.7%	11.1%	8.3%	49.9%	10.4%	1.1%	1.0%	4.7%
REGIÓN URUAPAN	4.9%	2.7%	6.9%	11.6%	9.8%	45.9%	11.2%	0.6%	1.4%	5.0%
REGIÓN PÁTZCUARO	3.7%	3.0%	6.6%	10.2%	9.8%	48.7%	10.3%	0.6%	1.6%	5.2%
REGIÓN ZAMORA	5.3%	4.9%	9.0%	10.8%	9.3%	46.6%	6.6%	0.2%	2.2%	5.7%
REGIÓN LA COSTA	5.0%	1.1%	6.8%	11.1%	9.4%	42.3%	10.7%	1.7%	2.6%	9.4%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	5.8%	2.0%	6.4%	12.9%	9.3%	39.6%	16.5%	0.7%	0.8%	5.9%
MARIPOSA MONARCA	5.6%	3.0%	6.2%	14.8%	9.2%	37.6%	16.5%	0.9%	0.9%	5.1%
SEMANA SANTA	4.1%	3.0%	6.2%	11.2%	6.2%	51.8%	10.0%	0.9%	1.2%	5.3%
VERANO	5.0%	2.5%	7.6%	10.4%	10.3%	44.4%	12.2%	0.6%	1.5%	5.5%
NOCHE DE MUERTOS	4.4%	3.1%	5.7%	11.3%	9.6%	46.3%	12.5%	0.5%	1.4%	5.2%
FIN DE AÑO	4.8%	2.5%	7.7%	11.0%	8.0%	45.8%	11.5%	0.9%	2.1%	5.6%
LPGA	3.2%	3.4%	5.6%	9.8%	10.4%	54.3%	7.4%	0.6%	1.0%	4.4%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	4.5%	2.4%	6.3%	11.8%	7.9%	49.4%	11.8%	1.0%	0.3%	4.8%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	2.4%	3.1%	7.5%	13.6%	8.8%	43.4%	11.5%	1.0%	1.0%	7.8%
RESUMEN 2009	4.4%	2.7%	6.8%	11.3%	9.0%	47.1%	11.1%	0.9%	1.3%	5.4%

Medios de comunicación que influyeron en la decisión de visitar Michoacán por periodo evaluado y total del año 2009.

MOTIVO DE VIAJE



Principal motivo de viaje para los turistas que visitan Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La Gráfica muestra los principales motivos reportados por turistas para visitar Michoacán. La gráfica presenta los porcentajes correspondientes para 2006, 2007, 2008 y 2009. El principal motivo reportado por los turistas fue nuevamente el de aprovechar las vacaciones o el de tener tiempo de recreación. Sin embargo el porcentaje de respuesta de este motivo sigue su tendencia a la baja, pasando de 47.6% a 45.9% del total de respuestas.

El motivo visitar a familiares o amigos aumentó respecto a 2008, y llegó casi al nivel reportado en 2006. El motivo "eventos culturales" tuvo en 2009 una ligera baja respecto al 2008, año donde presentó un incremento importante, situándose en un 5.1% durante el 2009. Otro rubro que presentó un incremento fue el de los negocios personales, pasando del 4.4% en 2008 al 4.6% en 2009. En contraparte, los viajes con motivos de compras presentaron una disminución en sus porcentajes de respuesta.

MOTIVO DEL VIAJE

	VISITAR A FAMILIARES O AMIGOS	CONGRESO O CONVENCION, EXPOSICION	LUNA DE MIEL/ANIVERSARIO	NEGOCIOS PERSONALES	COMPRAS	ESTUDIOS/IDIOMAS	RECREO, VACACIONES	MOTIVOS RELIGIOSOS (BODA, BAUTIZO, ETC)	VIDA NOCTURNA (BARES, CANTINA)	EVENTO CULTURAL	OTRO
REGIÓN MORELIA	30.1%	2.7%	2.5%	5.3%	2.1%	2.3%	41.1%	1.0%	1.2%	7.7%	3.8%
REGIÓN URUAPAN	28.4%	2.2%	3.0%	3.7%	3.0%	1.9%	50.6%	1.0%	1.5%	3.0%	1.6%
REGIÓN PÁTZCUARO	33.6%	2.3%	3.2%	4.0%	2.2%	1.3%	41.0%	2.5%	0.8%	5.3%	3.7%
REGIÓN ZAMORA	40.3%	2.2%	1.6%	2.9%	2.6%	2.4%	42.5%	0.7%	0.4%	2.0%	2.4%
REGIÓN LA COSTA	31.9%	1.8%	0.9%	5.0%	2.4%	3.7%	39.9%	1.5%	0.4%	3.7%	8.9%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	16.0%	0.4%	1.0%	4.6%	2.1%	1.6%	67.5%	1.2%	1.0%	0.8%	3.7%
MARIPOSA MONARCA	15.8%	0.6%	0.2%	3.8%	2.1%	2.3%	69.4%	2.1%	1.1%	0.6%	2.3%
SEMANA SANTA	26.6%	2.5%	2.1%	3.7%	2.6%	2.2%	48.1%	1.8%	1.2%	6.1%	3.2%
VERANO	29.4%	1.9%	2.3%	6.3%	2.2%	2.3%	48.0%	1.5%	0.8%	2.1%	3.2%
NOCHE DE MUERTOS	28.2%	2.0%	2.1%	5.2%	2.3%	1.8%	46.4%	1.4%	1.2%	5.5%	3.8%
FIN DE AÑO	40.4%	2.6%	3.4%	3.8%	2.7%	1.6%	35.3%	1.1%	1.0%	3.7%	4.6%
LPGA	26.9%	2.4%	1.4%	4.0%	2.0%	1.6%	40.1%	0.8%	2.0%	13.0%	5.8%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	31.5%	3.4%	3.0%	4.9%	1.6%	1.8%	39.6%	1.6%	0.6%	7.7%	4.2%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	28.5%	2.0%	2.0%	4.4%	4.1%	4.4%	46.8%	0.7%	0.7%	3.1%	3.4%
RESUMEN 2009	29.3%	2.2%	2.3%	4.6%	2.3%	2.1%	45.9%	1.3%	1.0%	5.1%	3.7%

Principal motivo de viaje del turista que visitó Michoacán por periodo evaluado y total del año 2009.

MOTIVO DEL VIAJE

VISITAR A FAMILIARES Y AMIGOS.

El turista viaja con el propósito de visitar a familiares y amigos, convivir con ellos y conocer el estado.

CONGRESO, CONVENCIONES Y EXPOSICIÓN.

El turista viaja con el fin de asistir a algún congreso, convención y exposición por motivos personales o profesionales.

LUNA DE MIEL/ ANIVERSARIO

El excursionista viaja por motivos sentimentales, ya sea de luna de miel o para celebrar algún aniversario, conociendo diversos lugares del estado.

NEGOCIOS INDIVIDUALES

El turista tiene como motivo principal de su visita a Michoacán el realizar negocios o cerrar tratos comerciales.

SOL Y PLAYA

El turista viaja con el principal objetivo de disfrutar las costas michoacanas y los servicios que éstas ofrecen.

COMPRAS.

El excursionista viaja al estado solo para adquirir bienes tangibles o para realizar cualquier tipo de transacción comercial.

ESTUDIOS/IDIOMAS.

El turista viaja al estado para realizar algún tipo de estudios. Puede ser motivo del viaje algún intercambio académico.

RECREO, VACACIONES.

El turista viene únicamente con el afán de relajarse y conocer la belleza del estado de Michoacán.

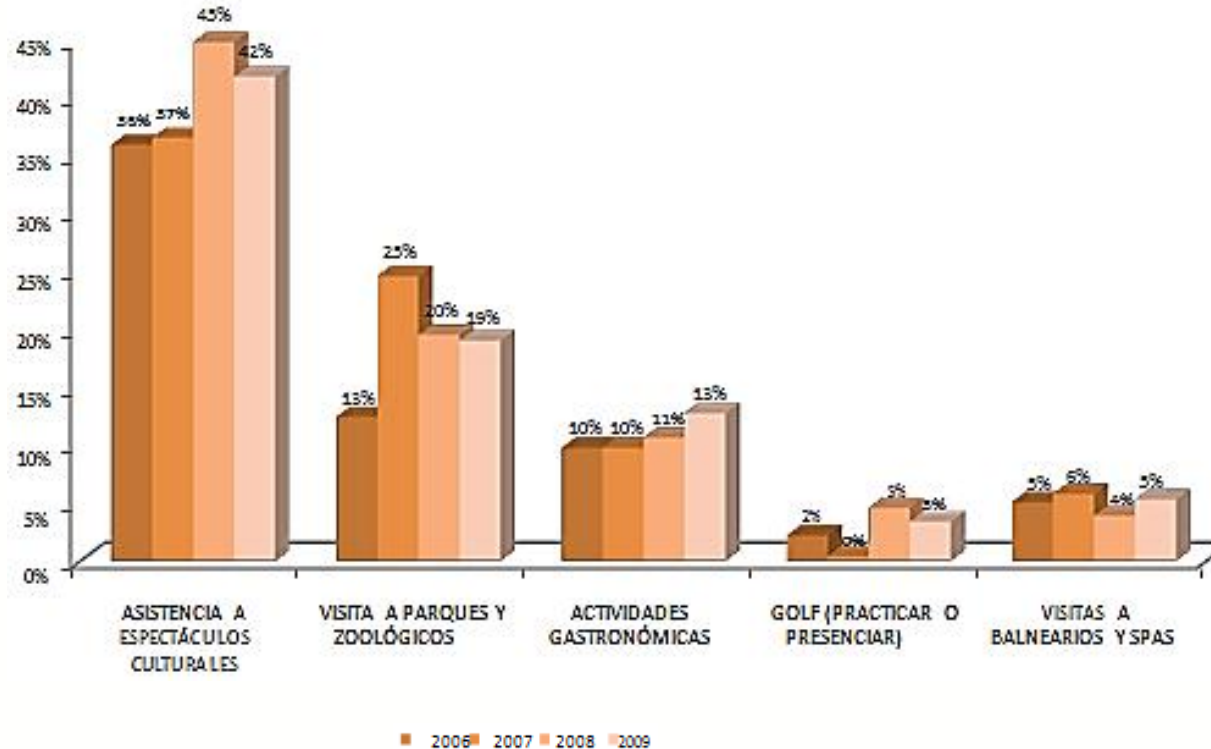
MOTIVOS RELIGIOSOS.

El visitante viaja con el motivo principal de atender algún asunto relacionado con la religión, entre los cuales se incluyen bodas, bautizos y primeras comuniones.

TRATAMIENTO DE SALUD VOLUNTARIA

Se refiere a que el turista viene a nuestro estado para poder efectuarse cierto tratamiento médico para la recuperación o mejora de su salud.

PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS



Principal actividad realizada durante el viaje a Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

La Gráfica muestra las principales actividades realizadas por los turistas durante su estancia en Michoacán. La actividad con mayor porcentaje de respuesta en todos los años es la participación y asistencia a eventos culturales, representando un 42% en 2009, en contraste con el 45% que era en el 2009. Visitar parques naturales, zoológicos y los santuarios de la mariposa monarca fue la segunda actividad más realizada, aunque su porcentaje disminuyó respecto a años anteriores. En 2007, la proporción de turistas que realizaron dicha actividad fue de 24.7% y en 2009 se redujo hasta un 19.1%. La asistencia a restaurantes y actividades gastronómicas siguió su tendencia incremental respecto a otros años, llegando al 12.8%. En el caso de las visitas a balnearios y spas, el porcentaje aumentó en casi dos puntos porcentuales respecto al 2008. Finalmente, la asistencia a campos de golf, ya sea para practicar este deporte o para presenciar algún torneo disminuyó en poco más de un punto porcentual.

ACTIVIDAD REALIZADA

	ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS CULTURALES	PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CULTURALES	VISITAS A SITIOS CULTURALES	ACTIVIDADES DEPORTIVAS COMO ESPECTADOR	GOLF (PRACTICAR O PRESENCIAR)	DEPORTE DE AVENTURA	MONTARISMO	COMER/ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS	BALNEARIOS/SPAS	VISITAS A PARQUES/ZOOLOGICOS	VIDA NOCTURNA	SOL Y PLAYA	OTROS
REGIÓN MORELIA	10.3%	3.8%	38.2%	1.5%	5.8%	0.7%	0.5%	10.8%	4.7%	12.5%	6.2%	1.8%	3.3%
REGIÓN URUAPAN	6.8%	3.1%	26.3%	0.8%	1.1%	3.1%	0.3%	14.4%	6.4%	26.4%	8.0%	1.6%	1.6%
REGIÓN PÁTZCUARO	9.6%	3.6%	28.2%	1.9%	3.7%	1.0%	0.4%	18.1%	5.4%	14.3%	8.9%	1.1%	3.7%
REGIÓN ZAMORA	10.1%	2.9%	29.3%	2.2%	1.3%	2.6%	0.4%	15.8%	5.3%	14.7%	10.4%	1.6%	3.5%
REGIÓN LA COSTA	6.1%	4.8%	12.2%	1.3%	0.9%	2.0%	0.4%	15.9%	5.2%	14.9%	11.3%	12.2%	12.9%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	4.8%	1.5%	17.1%	1.3%	0.1%	1.8%	0.3%	8.1%	5.9%	43.2%	6.1%	4.4%	5.5%
MARIPOSA MONARCA	7.3%	2.1%	21.4%	0.8%	0.0%	0.8%	0.4%	9.0%	1.3%	43.6%	5.3%	2.1%	6.0%
SEMANA SANTA	8.2%	3.9%	34.7%	1.3%	4.0%	0.9%	0.3%	10.6%	3.3%	20.9%	5.3%	2.3%	4.3%
VERANO	7.3%	2.9%	27.6%	1.1%	0.8%	1.4%	0.5%	14.6%	6.6%	27.1%	8.3%	3.2%	4.1%
NOCHE DE MUERTOS	7.7%	2.5%	31.7%	1.4%	4.1%	0.9%	0.4%	12.1%	4.9%	21.2%	6.9%	2.5%	3.7%
FIN DE AÑO	9.6%	4.9%	19.7%	0.8%	0.9%	3.8%	0.5%	21.3%	9.7%	10.8%	11.1%	3.3%	3.6%
LPGA	7.8%	2.4%	41.9%	2.0%	10.8%	0.2%	0.2%	8.2%	2.0%	15.4%	4.4%	1.4%	3.4%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	11.8%	2.4%	43.0%	2.1%	7.9%	0.6%	0.3%	8.3%	3.3%	12.1%	4.2%	1.6%	2.5%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	13.9%	6.8%	30.8%	1.0%	4.7%	0.3%	0.0%	13.6%	6.8%	5.8%	7.1%	2.7%	6.4%
RESUMEN 2009	8.7%	3.4%	29.9%	1.5%	3.4%	1.4%	0.4%	12.8%	5.3%	19.1%	7.5%	2.7%	4.1%

Principal actividad realizada por el turista que visitó Michoacán por periodo evaluado y total del año 2009.

ACTIVIDAD REALIZADA**ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS CULTURALES.**

La actividad principal durante la visita del turista a nuestro estado, es el de participar en algún evento, o espectáculo de tipo cultural, como el Festival Internacional de Música o el Festival Internacional de Cine.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CULTURALES.

Esta variable se refiere a que el turista forma parte de los distintos eventos culturales a realizarse en Michoacán, por lo que es su principal motivo del viaje. Incluye, entre otras cosas, la participación de músicos o artistas en los Festivales Internacionales de Música y Cine.

VISITAS CULTURALES.

El viajero viaja para conocer las diferentes culturas y tipo de vida de las personas que habitan las diferentes regiones. El propósito de su visita es el de enriquecer su cultura.

ACTIVIDADES DEPORTIVAS COMO ESPECTADOR.

Se refiere a los turistas que realizan el viaje con el propósito de asistir a justas deportivas como aficionado, es decir, no forman parte de las competiciones, simplemente asisten a ver el espectáculo deportivo.

GOLF

El viajero se desplaza al estado para practicar golf.

DEPORTE DE AVENTURA

El excursionista viene al estado a practicar deportes extremos o de aventura.

MONTAÑISMO.

El viajero arriba al estado de Michoacán para practicar el deporte de montañismo.

COMER/ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS

La principal actividad realizada durante el viaje para el turista es el de disfrutar de la gastronomía local.

VISTAR A FAMILIARES Y AMIGOS

Una de las principales actividades por lo que muchos turistas visitan el estado es para visitar a sus familiares y amigos.

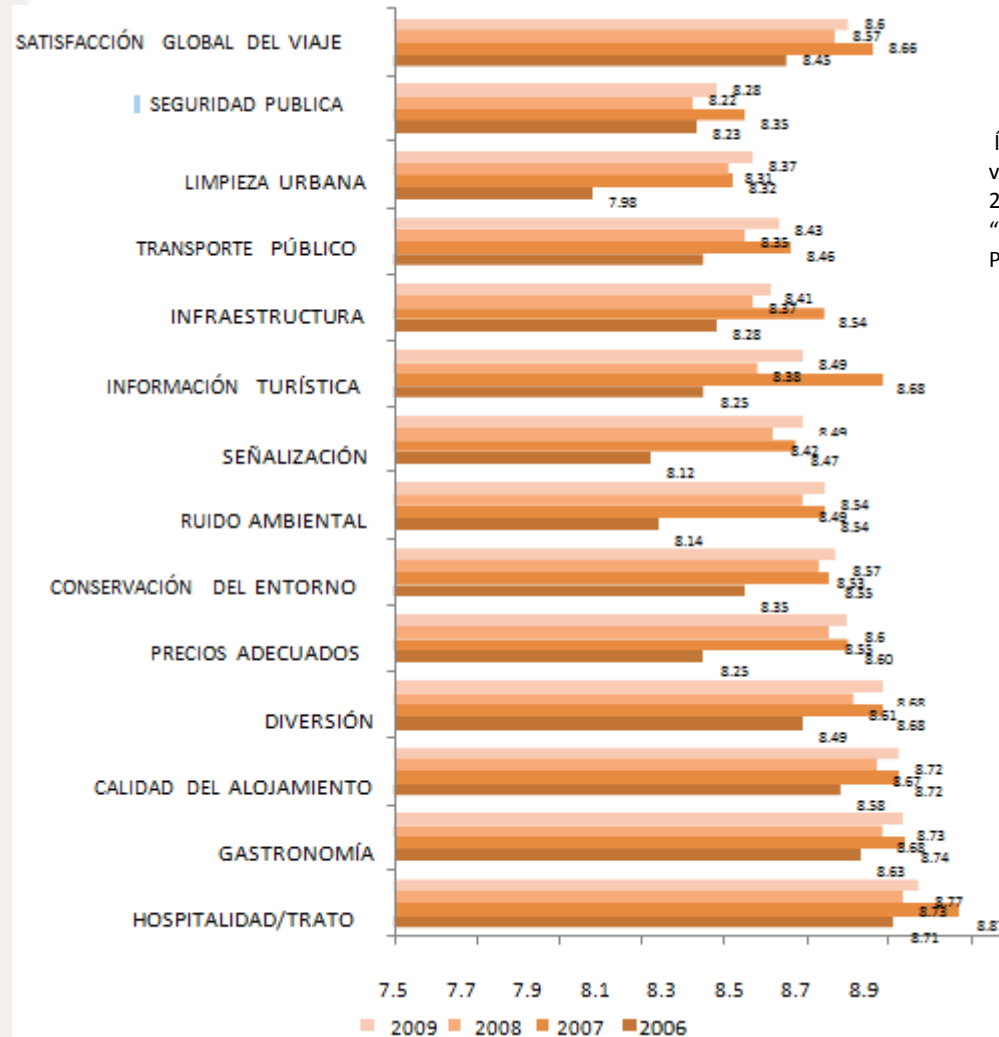
ACTIVIDADES DE SALUD VOLUNTARIA, SPAS, BALNEARIOS.

Se refiere a los turistas que vienen a Michoacán para relajarse y practicar diversas actividades que ayuden o mejoren su salud.

VISITAS A PARQUES TEMÁTICOS.

Se refiere a que los turistas tienen como motivo principal el de visitar algún parque temático. Parque temático es el nombre genérico que se utiliza para denominar a un recinto con un conjunto de atracciones de ocio y entretenimiento, normalmente organizadas entorno a una línea argumental que les sirve de inspiración. Precisamente por esto un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria.

INDICE DE SATISFACCION



Índice de satisfacción para turistas que visitaron Michoacán. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

En la Gráfica se muestra que la satisfacción global del turista registró una ligera recuperación respecto al 2008, pasando de una calificación promedio de 8.57 en 2008 a una calificación de 8.6 en 2009, de cualquier forma fue superior a la satisfacción global registrada en el año 2006.

Este indicador resume la satisfacción total que recibió el turista durante su estancia en Michoacán. En el caso de los atributos individuales, se identificó un aumento de calificación en todos ellos, especialmente en el caso de la información turística, transporte público, seguidos de seguridad pública, diversión y señalización. Sin embargo, estas calificaciones quedan por debajo de las otorgadas por los turistas en el 2006, a excepción de dos rubros: conservación del ambiente y señalización.

INDICE DE SATISFACION POR REGIONES Y PERIODOS

	INFORMACIÓN TURÍSTICA	SEGURIDAD PÚBLICA	HOSPITALIDAD/TRATO/AMIGABILIDAD	TRANSPORTE PÚBLICO	CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	CALIDAD DEL ALOJAMIENTO	DIVERSIÓN	PRECIOS ADECUADOS	GASTRONOMÍA	INFRAESTRUCTURA	LIMPIEZA URBANA	SEÑALIZACIÓN	RUIDO AMBIENTAL	SATISFACCIÓN GLOBAL DEL VIAJE
REGIÓN MORELIA	8.35	8.22	8.72	8.37	8.57	8.66	8.62	8.54	8.69	8.30	8.34	8.43	8.48	8.56
REGIÓN URUAPAN	8.96	8.59	9.00	8.71	8.79	8.96	8.93	8.89	8.95	8.79	8.64	8.85	8.76	8.84
REGIÓN PÁTZCUARO	8.46	8.32	8.73	8.36	8.60	8.70	8.66	8.61	8.75	8.44	8.33	8.50	8.59	8.59
REGIÓN ZAMORA	8.55	8.42	8.88	8.57	8.58	8.76	8.74	8.56	8.87	8.67	8.57	8.68	8.67	8.59
REGIÓN LA COSTA	7.86	7.64	8.31	7.93	7.92	8.31	8.21	8.10	8.23	7.92	7.70	7.88	8.08	8.22
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	8.79	8.41	8.89	8.65	8.65	8.87	8.84	8.73	8.83	8.49	8.47	8.55	8.62	8.71
MARIPOSA MONARCA	8.83	8.46	8.85	8.60	8.67	8.82	8.83	8.71	8.81	8.54	8.46	8.51	8.61	8.70
SEMANA SANTA	8.34	8.18	8.65	8.33	8.52	8.67	8.55	8.52	8.64	8.29	8.27	8.38	8.48	8.55
VERANO	8.50	8.32	8.77	8.43	8.59	8.75	8.70	8.61	8.76	8.48	8.41	8.56	8.62	8.65
NOCHE DE MUERTOS	8.35	8.20	8.72	8.35	8.52	8.67	8.63	8.59	8.72	8.37	8.37	8.48	8.54	8.55
FIN DE AÑO	8.64	8.35	8.82	8.55	8.59	8.81	8.77	8.67	8.77	8.51	8.36	8.56	8.58	8.65
LPGA	8.13	8.04	8.63	8.21	8.48	8.61	8.59	8.52	8.66	8.23	8.31	8.37	8.45	8.40
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	8.40	8.26	8.77	8.42	8.63	8.69	8.64	8.56	8.71	8.40	8.42	8.49	8.43	8.61
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	8.64	8.51	8.86	8.55	8.67	8.77	8.74	8.47	8.75	8.26	8.24	8.42	8.51	8.67
RESUMEN 2009	8.49	8.28	8.77	8.43	8.57	8.72	8.68	8.60	8.73	8.41	8.37	8.49	8.54	8.60

Índices de satisfacción del turista que visitó Michoacán por regiones y periodos evaluados y total del año 2009.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

HOSPITALIDAD / TRATO.

En esta variable se trata de evaluar la hospitalidad en la región visitada, se basa en la cortesía de parte del personal hotelero, el buen trato que proporcionen los michoacanos a los turistas, la amigabilidad con la que el estado recibe al viajero.

CONSERVACION DEL ENTORNO.

Indica la percepción del turista respecto del entorno, tanto cultural como natural, del lugar visitado. Se refiere a la calidad en la conservación de las calles, las construcciones, al deterioro del sitio visitado.

CALIDAD DEL ALOJAMIENTO.

Se refiere a las características de calidad que poseen los hoteles, o las viviendas rentadas por agencias, es decir, al nivel de servicio de los lugares donde se alojaron los turistas.

INFORMACIÓN TURÍSTICA.

La información turística se basa en el apoyo que le puedan dar al turista, por medio de información personal, folletos, por Internet, radio, televisión, en agencias de viajes y a lo fácil o difícil que fue para los turistas obtenerla.

DIVERSIÓN.

Indica la variedad y calidad de los centros de esparcimiento que posee el estado para la diversión de los turistas.

SEGURIDAD CIUDADANA.

Se refiere a la percepción del turista de sentirse seguro cuando viaja al estado de Michoacán, sin temor de sufrir un agravio a su integridad. En esto influye la asistencia policial, el grado de delincuencia, la eficacia del grupo de policías y la incidencia de atracos.

GASTRONOMÍA.

Se refiere a la calidad y riqueza cultural de la comida que se ofrece en el estado, los ingredientes que usan, los medios por los cuales se obtienen los componentes utilizados para la elaboración de los diversos platillos en el estado, especialmente aquellos característicos de la región. También se refiere a qué tan satisfecho estuvo el turista respecto a la comida que consumió en su estancia en el estado.

RUIDO AMBIENTAL.

Se refiere a la contaminación ambiental que proviene del ruido, como el producido por el tráfico, las movilizaciones, los plantones o huelgas, las manifestaciones o protestas, y el grado de insatisfacción que éstos producen en los visitantes.

INFRAESTRUCTURA.

Con esta variable se trata de determinar la impresión de los turistas sobre la calidad y mantenimiento de las carreteras, hoteles, puentes, vías de comunicación como aeropuertos, centrales camioneras, autopistas.

LIMPIEZA URBANA.

Con este punto se trata de determinar la percepción de los turistas de la limpieza de la región visitada, esto es, la cantidad de basura tirada en las calles, la disponibilidad de botes de basura, la disposición de los habitantes de no contaminar ni deteriorar la ciudad.

SEÑALIZACIÓN.

Se refiere a la distribución y ubicación de señalamientos urbanos para poder llegar a cierto destino, es decir, si existen indicaciones fáciles de seguir que guíen a los turistas a los destinos por visitar.

PRECIOS.

Se refiere a los costos de los servicios y artículos necesarios para la estancia turística en el estado, tomando en cuenta el costo del hospedaje, comida, transporte, compras, actividades deportivas, etc. Una calificación elevada indica que el turista que los precios fueron justos para los bienes y servicios que recibió a cambio. Una calificación baja indica que el turista no está de acuerdo en que los precios sean justos para los bienes y servicios que recibió.

TRANSPORTE PÚBLICO

Esta variable se refiere a la disponibilidad, calidad en el servicio, precio y funcionalidad del transporte público en el destino turístico visitado. Incluye camiones, combis, taxis, y todos los demás medios de transporte público que se ofrecen.

EL VIAJE VALIO LO QUE PAGO

	S	N
REGIÓN MORELIA	96.3%	3.7%
REGIÓN URUAPAN	97.6%	2.4%
REGIÓN PÁTZCUARO	96.8%	3.2%
REGIÓN ZAMORA	96.8%	3.2%
REGIÓN LA COSTA	97.3%	2.7%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	97.6%	2.4%
MARIPOSA MONARCA	97.7%	2.3%
SEMANA SANTA	96.1%	3.9%
VERANO	97.3%	2.7%
NOCHE DE MUERTOS	96.3%	3.7%
FIN DE AÑO	97.2%	2.8%
LPGA	95.4%	4.6%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	96.3%	3.7%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	97.6%	2.4%
RESUMEN 2009	96.8%	3.2%

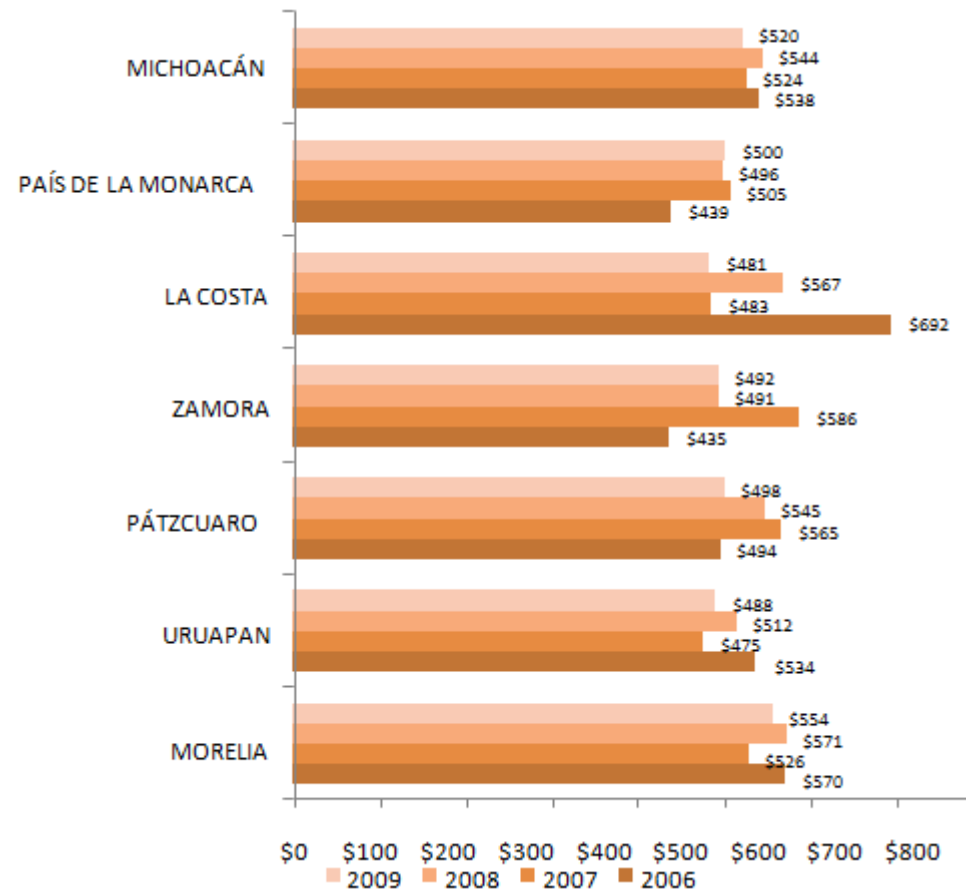
Satisfacción de valor respecto al precio pagado por el turista que visitó Michoacán por periodo evaluado y total del año 2009.

RECOMENDARIAS A OTRA PERSONA QUE VISITE

	S	N
REGIÓN MORELIA	95.8%	4.2%
REGIÓN URUAPAN	96.8%	3.2%
REGIÓN PÁTZCUARO	98.0%	2.0%
REGIÓN ZAMORA	96.5%	3.5%
REGIÓN LA COSTA	94.4%	5.6%
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	98.3%	1.7%
MARIPOSA MONARCA	98.1%	1.9%
SEMANA SANTA	98.0%	2.0%
VERANO	97.5%	2.5%
NOCHE DE MUERTOS	97.4%	2.6%
FIN DE AÑO	90.1%	9.9%
LPGA	97.8%	2.2%
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	97.5%	2.5%
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	97.3%	2.7%
RESUMEN 2009	96.6%	3.4%

Intención de recomendar a Michoacán como destino Turístico. Por periodo evaluado y total del año 2009.

GASTO PROMEDIO DIARIO POR REGION VISITADA



Gasto promedio diario total por región visitada. Años 2006-2009. Fuente: Perfil del Turista "PERFITUR 2006, PERFITUR 2007, PERFITUR 2008 y PERFITUR 2009".

Por último, la Gráfica muestra el gasto promedio (por persona) total realizado por los turistas. En el caso de Michoacán en general, se observó un decremento de \$24 en el gasto diario de los turistas, llegando a los \$520. De las seis regiones turísticas en las que se divide el Estado, solo dos presentaron un ligero incremento en el gasto promedio diario respecto al 2008. El gasto promedio en la región de Uruapan disminuyó de \$512 pesos en 2008 a \$488 pesos en 2009. La región de Pátzcuaro siguió la misma tendencia, disminuyendo de \$545 pesos a \$498 pesos diarios, una disminución en el gasto de \$47 por persona. La región Zamora

no presentó una variación importante en este rubro, totalizando en el 2009 un gasto de \$492, ligeramente por encima del registrado en el 2008. Por su parte, los turistas que visitaron la Costa fueron los que disminuyeron significativamente su registro, de \$567 diarios a \$48, quedando cerca de los niveles registrados en 2007. Finalmente, en el País de la Monarca no se observó una diferencia contrastante en los valores registrados de los tres últimos años, situándose en \$500 por día. Es muy importante mencionar que los montos indicados en la Gráfica 0.17 están a precios corrientes de cada año.

GASTO PROMEDIO DIARIO POR
PROCEDENCIA DEL TURISTA

	NACIONAL	E.U.A.	OTROS PAÍSES	SIN IMPORTAR ORIGEN
REGIÓN MORELIA	\$535	\$688	\$842	\$554
REGIÓN URUAPAN	\$463	\$610	\$718	\$488
REGIÓN PÁTZCUARO	\$469	\$667	\$685	\$498
REGIÓN ZAMORA	\$459	\$590	\$699	\$492
REGIÓN LA COSTA	\$431	\$739	\$1,141	\$481
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	\$478	\$592	\$939	\$500
MARIPOSA MONARCA	\$435	\$562	\$873	\$464
SEMANA SANTA	\$494	\$725	\$891	\$517
VERANO	\$467	\$784	\$1,013	\$513
NOCHE DE MUERTOS	\$469	\$756	\$964	\$511
FIN DE AÑO	\$508	\$552	\$557	\$516
LPGA	\$514	\$696	\$716	\$530
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	\$542	\$901	\$794	\$558
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	\$618	\$935	\$496	\$622
RESUMEN 2009	\$496	\$647	\$824	\$520

GASTO PROMEDIO DIARIO
POR DESTINO VISITADO



Gasto promedio diario de los turistas que visitaron Michoacán durante 2009 por región visitada y total de Michoacán

Gasto promedio diario de los turistas que visitaron Michoacán durante 2009 para cada periodo evaluado y total del año 2009. Por procedencia del turista.

GASTO TOTAL.

Se refiere a la cantidad total de dinero gastado en los siguientes rubros: hospedaje, compras, comida y bebida, transporte, actividades (culturales, recreativas y deportivas).

GASTO TOTAL PROMEDIO.

Es el gasto total dividido entre el número total de turistas. Esta medido en pesos corrientes de 2006.

GASTO TOTAL PROMEDIO DIARIO.

Es el gasto total medio divido entre el número de noches que el turista pernoctó. Se encuentra medido en pesos corrientes de 2006.

DISTRIBUCION DEL GASTO

	GASTO PROMEDIO TOTAL	HOSPEDAJE	COMIDA	TRANSPORTE	ACTIVIDADES	COMPRAS
REGIÓN MORELIA	\$554	\$121	\$124	\$175	\$43	\$93
REGIÓN URUAPAN	\$488	\$100	\$104	\$169	\$38	\$77
REGIÓN PÁTZCUARO	\$498	\$98	\$117	\$160	\$36	\$87
REGIÓN ZAMORA	\$492	\$72	\$113	\$196	\$37	\$81
REGIÓN LA COSTA	\$481	\$89	\$104	\$191	\$32	\$66
REGIÓN PAÍS DE LA MONARCA	\$500	\$68	\$105	\$212	\$36	\$79
MARIPOSA MONARCA	\$464	\$73	\$101	\$187	\$33	\$71
SEMANA SANTA	\$517	\$113	\$117	\$168	\$36	\$84
VERANO	\$513	\$105	\$115	\$175	\$37	\$81
NOCHE DE MUERTOS	\$511	\$100	\$114	\$172	\$36	\$89
FIN DE AÑO	\$516	\$82	\$110	\$198	\$43	\$83
LPGA	\$530	\$115	\$122	\$159	\$40	\$102
FESTIVAL DE CINE MORELIA 09	\$558	\$144	\$124	\$159	\$39	\$92
FESTIVAL DE MÚSICA MORELIA	\$622	\$108	\$138	\$255	\$46	\$89
RESUMEN 2009	\$520	\$102	\$116	\$179	\$39	\$86

DISTRIBUDCION DEL GASTO DE TURISTAS QUE SE HOSPEDAN EN HOTELES

	TRANSPORTE	ALIMENTOS Y BEBIDAS	HOSPEDAJE	COMPRAS	ACTIVIDADES	GASTO PROMEDIO TOTAL
TOTAL 2009	\$188	\$125	\$200	\$101	\$40	\$649

Distribución del gasto diario de los turistas que visitaron Michoacán para cada periodo y total del año 2009. Por concepto de gastos. Solo incluye turistas que se hospedaron en hoteles

Distribución del gasto diario de los turistas que visitaron Michoacán para cada periodo evaluado y total del año 2009. Por concepto de gastos.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

HOSPEDAJE

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de hospedaje o alojamiento respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día.

COMIDA Y BEBIDA

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de alimentos y bebidas respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día. No importa que estos alimentos y bebidas sean consumidos en restaurantes, bares o establecimientos similares, o en supermercados y tiendas de abarrotes para su posterior consumo en el lugar de alojamiento.

TRANSPORTE

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de transporte respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día.

ACTIVIDADES

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de actividades recreativas, deportivas y culturales respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día. Incluye visitas a museos, sitios históricos, parques de diversiones, espectáculos deportivos, entre muchos otros.

COMPRAS

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de compras respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día. Las compras pueden ser de recuerdos, artesanías, ropa, artículos para el hogar, para el cuidado personal, etc. No incluye compras de alimentos o bebidas ni entradas a eventos o espectáculos deportivos o culturales.

OTROS

Es un indicador de la cantidad de dinero gastado al día por concepto de otros rubros no incluidos en las seis categorías descritas previamente respecto a la cantidad total de dinero gastado durante ese mismo día.

Anexo Metodológico

Características de la encuesta.

El tamaño de muestra utilizado para el Perfitur 2009 fue determinado usando el método de Estimación de Intervalos para una Porción de una Población (Raya, 2004), El objetivo era tener una muestra significativa no solo en términos de la cantidad de turistas que visitan el estado, pero también en términos de destino que visitaron, temporada y eventos culturales durante el año. Para poder cumplir con ese objetivo, la distribución de las encuestas en seis regiones consideradas de gran afluencia turística por la Secretaria de Turismo del Gobierno de Michoacán, fue realizada como se muestra en el cuadro 18.1. Estas regiones representan no solo destinos culturales, sino también históricos, coloniales, de ecoturismo y de sol y playa, por lo que proveen al Estado de una amplia variedad de opciones y actividades para ofrecer al visitante.

NUMERO DE ENCUESTAS POR DESTINO ENCUESTADO		
DESTINO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MORELIA	3,694	43.8%
URUPAN	1,094	13.0%
PATZCUARO	1,416	16.8%
ZAMORA	546	6.5%
LA COSTA	542	6.4%
PAIS MONARCA	1,148	13.6%
TOTAL	8,840	100%

Número de Encuestas por destino encuestado y porcentaje del total. Año 2009.

Estas encuestas fueron realizadas durante los periodos principales de vacaciones y durante ciertos eventos especiales, también definidos por la Secretaria de Turismo estatal:

- Temporada de la Mariposa Monarca
- Periodo Vacacional de Semana Santa
- Torneo de Golf de la LPGA Morelia 2009
- Periodo Vacacional de Verano
- Festival Internacional de Cine Morelia 2009
- Noche de Muertos
- Festival Internacional de Música Morelia 2009
- Encuentro de Cocina Tradicional de Michoacán
- Periodo Vacacional de Fin de Año

Además, se llevó a cabo un monitoreo mensual durante seis meses con una actividad turística más baja.

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Mayo
- Junio
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre

La distribución de los 8,840 cuestionarios de acuerdo de acuerdo a los periodos mencionados se muestra en el cuadro.

NÚMERO DE ENCUESTAS POR PROYECTO PERFITUR 2009		
PROYECTO	Frecuencia	Porcentaje
Mariposa Monarca	532	6.3%
Monitoreo febrero	216	2.5%
Semana Santa	1,121	13.3%
Monitoreo marzo	217	2.6%
Monitoreo marzo	217	2.6%
Torneo golf LPGA	501	5.9%
Monitoreo mayo	223	2.6%
Monitoreo junio	228	2.7%
Verano	1,111	13.2%
Monitoreo septiembre	220	2.6%
Monitoreo octubre	215	2.5%
Festival de Cine	672	8.0%
Noche de Muertos	1,124	13.3%
Monitoreo noviembre	233	2.8%
Festival de Música	295	3.5%
Encuentro de Cocina	200	2.4%
TOTAL	8,840	100%

Número de encuestas realizadas por cada proyecto y porcentaje del total anual. Año 2009.

El estudio provee a los tomadores de decisiones no solo información acerca de las características de los turistas, sino también de respuestas del visitante referentes a niveles de satisfacción para algunas experiencias particulares. Un grupo de preguntas relacionadas con el estilo de vida del visitante también fue añadido. La respuesta a estas preguntas brinda información usada para el análisis de regresión y el análisis de clúster.

Análisis de Regresión

El objetivo de este análisis de regresión es identificar los factores más importantes que afectan la “Satisfacción Global del Viaje” (SGV) para un grupo de turistas, durante su visita. El turista mide su experiencia para un grupo de elementos en una escala del 1 al 10, donde 10 es la mejor evaluación posible. Estos son considerados las variables predictores en el análisis.

La siguiente notación fue usada:

- Satisfacción global del viaje.
- Hospitalidad y Trato de la Gente.
- Calidad del Hospedaje.
- Conservación del Entorno.
- Calidad de la Gastronomía.
- Disponibilidad de actividades de diversión y placer.
- Información turística.
- Seguridad Pública.
- Limpieza Urbana.
- Ruido ambiental.
- Señalización.
- Infraestructura.
- Precios Adecuados.
- Transporte Público.

Los puntajes de los atributos que se presentan en seguida se obtienen gracias a la habilidad del modelo de predecir la satisfacción total del viajero e indicar la importancia relativa de cada variable. Estos puntajes se distribuyen en un rango de 0 a 100. Mientras más alta sea la puntuación, mayor importancia que el atributo tendrá en el índice de satisfacción total del viaje.

ANÁLISIS DE IMPORTANCIA RELATIVA PARA EL ESTADO DE MICHOACÁN

ORDEN DE IMPORTANCIA	ATRIBUTO	COEFICIENTE BETA ESTANDARIZADO
1	Calidad de alojamiento	14.31
2	Precios adecuados	12.57
3	Ruido ambiental (poco ruido es 10)	11.78
4	Gastronomía	10.75
5	Hospitalidad / trato / amigabilidad	10.00
6	Diversión	9.96
7	Señalización	8.06
8	Infraestructura (carreteras, puentes)	6.15
9	Seguridad publica	5.16
10	Transporte publico	4.36
11	Conservación del entorno	3.69
12	Limpieza urbana	3.41

Análisis de importancia Relativa de cada Atributo Respecto a la Satisfacción Global del Viaje. Año 2009.
Atributos estadísticamente significativos al 95% Fuente: Perfil del Turista (PERFITUR) año 2009

PLAN ESTATAL DE DESARROLLO MICHOACAN 2003-2008

TURISMO PALANCA DE DESARROLLO Y VIA DE INTEGRACION SOCIAL

El sector turismo ha desempeñado desde hace décadas un papel importante en la actividad económica del estado, aportando empleos e ingresos significativos a los núcleos sociales tanto del ámbito urbano como del rural. La revisión de la serie estadística correspondiente habla por sí misma: en 1993 contribuyó con el 8.1 por ciento del PIB estatal; en 1994 con el 8.0 por ciento; en 1995 y 1996 con el 7.9 por ciento; en 1997 con el 8.0 por ciento, y de 1998a 2001 con el 7.7 por ciento. No obstante, las mismas cifras económicas muestran otra realidad: su estancamiento, con una tendencia hacia la reducción de su peso relativo en el conjunto de la economía estatal. Tal debilidad se muestra con mayor evidencia si se realiza un comparativo de las aportaciones a los PIBE del sector turismo de otros estados de la región: para 1991, frente al 7.7 por ciento de Michoacán, Guanajuato calificó con el 8.5 por ciento, el Estado de México con el 8.5 por ciento, Colima con el 9 por ciento, Jalisco con el 10 por ciento y Guerrero con el 25 por ciento.

Dicho proceso de estancamiento dista mucho de justificarse, pues las riquezas reales y potenciales del estado en el sector turismo son incuestionables para cualquiera que se aproxime, así sea en forma superficial, al conocimiento de nuestro patrimonio natural, artístico, arquitectónico, histórico y cultural; y es menos justificable aún si se considera que Michoacán tiene una ubicación geográfica privilegiada, por su red carretera que lo vincula con algunos de los principales centros urbanos del país.

En Michoacán hay una variedad de riquezas turísticas desperdiciadas o aún poco aprovechadas, en condiciones en que la oferta de productos para el turismo social se encuentra desarticulada y sin suficientes servicios de calidad.

Esta situación debe cambiar. Necesitamos convertir a Michoacán en una entidad líder en la materia en los planos regional, nacional e internacional, contribuyendo con ello a generar divisas y a crear empleos, con pleno respeto a nuestros valores e identidad cultural así como a la preservación de los recursos naturales y del entorno.

TURISMO GRANDE Y COMPETITIVO

El turismo en Michoacán deberá convertirse en una industria competitiva en los niveles regional, nacional e internacional, a través de un proceso articulado de inversión y promoción que, con un decidido apoyo por parte del Gobierno del Estado, permita contar en los próximos años con productos y servicios turísticos en cantidad y calidad suficientes que se traduzcan en crecimiento económico, desarrollo social y bienestar.

Para hacer esto posible se requiere la conjunción de esfuerzos de las áreas de gobierno que despliegan sus actividades en materia de bienestar social y desarrollo, para lograr la rehabilitación de nuestros tejidos sociales y culturales, el rescate ecológico de nuestros bosques, suelos y aguas, la renovación de nuestros espacios urbanos, así como el mejoramiento, ampliación y modernización de la infraestructura carretera, aeroportuaria y del transporte público y especializado.

El esfuerzo que es necesario comprometer para enfrentar el reto referido no corresponde en exclusiva al Gobierno del Estado. Se requiere trabajar en estrecha relación con los gobiernos federales y municipales, y convocar a distintos sectores sociales a participar en forma activa en el diseño y puesta en marcha de programas y proyectos relativos.

Entre otras de las políticas y acciones necesarias para echar a andar esta estrategia, necesitamos:

- Mejorar y renovar la señalización de carreteras federales y estatales y de los sitios turísticos, pues el 93 por ciento de los visitantes que llegan a nuestro estado lo hacen por vía terrestre;
- Diseñar un conjunto de instrumentos de carácter jurídico, fiscales y financieros que pongan al día la realidad del turismo que queremos y posibiliten la ampliación sustancial de los servicios;
- Convocar a inversionistas nacionales y extranjeros que estén dispuestos a comprometer sus capitales en nuestros programas de desarrollo turísticos de altura y sustentables;
- Concitar la voluntad y el apoyo del Gobierno Federal en una empresa que, sin duda alguna, tendrá beneficios sustanciales para el país en su conjunto.

Se impulsará la consolidación de los circuitos turísticos patrimoniales y culturales existentes -Morelia, Pátzcuaro y otras localidades sobre el Lago de Cuitzeo y Pátzcuaro en particular, para lo cual se elaborará y promoverá un Programa de Revitalización del Patrimonio Histórico y Cultural del Estado.

POLÍTICAS DE TURISMO ECOLÓGICA Y SOCIALMENTE SUSTENTABLES

Acompañando a una política de “turismo grande”, debemos abrir todo un capítulo de actividades en el ramo dirigidas a impactar zonas con destinos que a la fecha han permanecido alejados de los macro programas de desarrollo. Donde se privilegiarán en esta línea los proyectos de desarrollo sustentable y de turismo social, como una forma de generación de ingresos y de empleos, y como un medio de preservación de nuestros valores culturales, fortaleciendo así nuestra identidad regional y nacional. Una línea importante de esta estrategia consiste en fortalecer y multiplicar nuestras pequeñas y medianas empresas turísticas.

La estrategia de desarrollo de un turismo ecológica y socialmente sustentable puede atraer la demanda turística de toda calidad y talla, pero debe también establecer líneas promocionales específicas dirigidas a niños y jóvenes estudiantes de otras entidades del país con paquetes de viaje concertados a través del sistema educativo. Tiene posibilidades, a la vez, de generar paquetes vacacionales grupales dirigidos a sindicatos, uniones de trabajadores, agrupaciones de profesionistas, etcétera.

Promoveremos y gestionaremos, para ello, la construcción y la administración de centros de ecoturismo, paradores turísticos, cascos de haciendas, granjas, campamentos y posadas para descanso, recreación y diversión de los trabajadores y sus familias, así como para la sociedad en general.

En esta línea promocional, conviene convenir con los estados vecinos el establecimiento de una ruta histórico-cultural, para la creación de una red de albergues turísticos para niños y jóvenes de toda la República y del extranjero.

Involucraremos en torno a estos programas y proyectos de turismo alternativo a diferentes segmentos de la población rural, particularmente a jóvenes, familias de bajos ingresos, personas con discapacidad y de la tercera edad.

GESTIÓN DEMOCRÁTICA Y PARTICIPATIVA DE LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES DE TURISMO

El Gobierno del Estado reforzará, como instrumento importante para la definición de políticas y la planeación en la materia, al Consejo Consultivo de Turismo del Estado, en el que participan distintas dependencias gubernamentales y representaciones de los sectores empresariales y civiles de la entidad. Esta instancia de trabajo y de coordinación deberá quedar inscrita democrática y funcionalmente dentro del Sistema Estatal de Planeación.

También promoveremos la formación de todo tipo de instancias locales y regionales de organización comunitaria en torno a la actividad turística, en el entendido de que no habrá reales estrategias de un desarrollo equitativo y sustentable sin la participación destacada de la sociedad civil.

Para favorecer las actividades y estrategias de planeación en torno a la actividad turística, debemos promover:

- La actualización del Inventario de Sitios Turísticos de Michoacán;
- La confección de un Atlas Turístico de la entidad;
- La elaboración de materiales informativos (guías, manuales y mapas) sobre la ubicación de destinos turístico de carácter social;
- La elaboración de materiales históricos de sitios turísticos, aprovechando el programa “Cuéntanos tu historia”, que será dirigido a las personas de la tercera edad.

CONSOLIDACIÓN TURÍSTICA DE MORELIA

Uno de nuestros activos de mayor potencial turístico es sin lugar a dudas la ciudad de Morelia, y, de ésta, su Centro Histórico, considerado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Con sus 461 años de vida, Morelia sigue conservando la integridad y la armonía original de su arquitectura en sus más de cien construcciones, que son ejemplo de la grandeza y belleza del arte colonial y de las ciudades virreinales del México antiguo.

Para promover la consolidación turística de Morelia, desplegaremos gestiones específicas que permitan cumplir, entre otros objetivos:

- La rehabilitación y modernización del Centro de Convenciones;
- La creación de un Museo Estatal de impacto nacional e internacional;
- El impulso a una serie de actividades turísticas complementarias en municipios cercanos y del ámbito regional.

Entre las posibles obras y acciones que pudieran concretar este último punto, cabría mencionar: la promoción del Tren Turístico en el Circuito Morelia-Pátzcuaro-Uruapan; la rehabilitación y promoción de la Zona Arqueológica de Huandacareo, así como la realización de eventos culturales y el impulso a la Casa de la Cultura de ese lugar; la rehabilitación y promoción del ex convento Agustino de Cuitzeo; el aprovechamiento de los manantiales de aguas termales de Zinapécuaro, Araró, Cointzio y Huandacareo; la conservación de monumentos coloniales y mejoramiento de la imagen urbana de Cuitzeo, Zinapécuaro, Tarímbaro, Álvaro Obregón, Indaparapeo, Charo, Huandacareo y Puruandiro; la promoción del turismo alternativo y deportivo en Zinapécuaro, Huandacareo, Cuitzeo, Álvaro Obregón, Tarímbaro, Queréndaro, Indaparapeo y Charo.

<http://www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/mexico/michoacan/ped/pedm2003-2008.pdf>
<http://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/destinos/michoacan/zitacuaro/zitacuaro.php>

LA RUTA DE LA SALUD

PROGRAMA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LA SALUD

En el norte de Michoacán se extiende una caudalosa franja de manantiales en el eje Neovolcánico que va del límite oriental de la entidad hasta el extremo noroeste de la Ciénega de Chapala y que se conoce como "La Ruta de la Salud", compuesta por más de 400 manantiales. La composición química de sus aguas y el hecho de encontrarse en condiciones climáticas favorables, las hacen especialmente únicas.

En esa franja hay más de 400 manantiales, que revisten gran atractivo para el visitante por la composición química de sus aguas y las condiciones climáticas favorables.

El agua fluye a una temperatura promedio de 30 grados centígrados, lo que la hace agradable al cuerpo humano. Son varios los puntos en donde las aguas termales, permiten la formación de balnearios donde los visitantes encuentran un rincón de descanso y relajamiento, además de aprovechar los efectos y cualidades medicinales de sus aguas sulfurosas.

Los manantiales termo-minerales del estado se ubican en espacios ecológicos que dan vida a magníficos balnearios y parques acuáticos enmarcados entre perfumados bosques y bellísimas montañas, como en los Azufres donde el visitante encontrará salud, reposo y entretenimiento con el gozo del sol y el fluir de las aguas cristalinas, además de encontrar diversos servicios y una cálida hospitalidad.

Es una zona, que permite el desarrollo de espacios ecológicos que dan vida a magníficos balnearios y parques acuáticos, Hay más de un centenar de balnearios y parques acuáticos en Michoacán y 21 de ellos son de aguas termales, donde los visitantes, además de fortalecer la convivencia familiar, encontrarán salud, reposo y entretenimiento, pues los habitantes de la región brindan una hospitalidad incomparable.

La región donde se concentra un mayor número de estas instalaciones es el centro del estado, en las comunidades de Huandacareo, Araró, Zinapécuaro, Cointzio, Puruandiro, Indaparapeo, Queréndaro y Tenencia Morelos. Casi todos cuentan con manantiales de aguas termales.

Entre los de mayor popularidad se encuentran los de Araró y Huandacareo así como los de Zinapécuaro, ubicados a solo unos minutos de Morelia, la capital del estado.

<http://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/destinos/michoacan/rutasalud/rutasalud.html>

PROGRAMA REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LA SALUD

PROPÓSITOS DEL ESTUDIO

- Revalorizar el acervo de interés turístico.
- Reactivar economías locales de la zona.
- Aprovechar la excelente calidad de los 400 manantiales y sus aguas termales.
- Revalorizar el patrimonio histórico, arquitectónico, religioso y cultural.

DIAGNÓSTICO

FORTALEZAS

TURÍSTICAS

- Múltiples atractivos históricos, naturales, paisajísticos en la región
- Diversidad de sitios y monumentos.
- Abundantes zonas de balnearios y aguas termales
- Existencia de una cultura turística regional
- Morelia como importante centro turístico, histórico y patrimonial.

AMBIENTALES

- Condiciones climáticas, ambientales favorables.
- Regiones de gran variedad de fauna y flora, sitios geológicos y geotérmicos.
- Sitios de aguas termales y zonas lagunares.

URBANAS

- Aceptables servicios urbanos en las cabeceras municipales.
- Buena accesibilidad y condiciones carreteras con señalamiento.
- Diversos poblados con una imagen urbana atractiva
- Presencia de Morelia con amplitud de servicios regionales

TURÍSTICAS

- Mercado potencial: Bajío, ZM Guadalajara, Querétaro, ZM Toluca, ZM del Valle de México, San Luis Potosí e Hidalgo.
- Posibilidad de crear una red de circuitos y rutas turísticas con diversidad y complementariedad de atractivos.
- Reposicionar a Michoacán como un estado con gran variedad de balnearios de todas las categorías
- Ubicación estratégica en dos de las principales autopistas del país.

OPORTUNIDADES**SOCIALES**

- Oportunidades de Integración y participación de población local en actividades turísticas
- Mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad residente
- Turismo como fuente alternativa de empleo regional

AMBIENTAL

- Aprovechamiento de la diversidad de recursos ambientales para crear una zona de turismo sustentable, que preserve las condiciones ecológicas

DEBILIDADES

- Zonas con potencial desaprovechado (Los Azufres, zonas arqueológicas, los balnearios de Huandacareo)
- Instalaciones en mal estado de conservación
- Falta de transporte turístico para todos los municipios
- “Ruta de la Salud” como teoría, cohesión inexistente

AMENAZAS

- Reducción de afluencia turística en virtud del clima general de inseguridad del país.
- “Ruta de Salud” basada en una ruta que ya no se usa.
- Condiciones económicas externas mundiales desfavorables

ESCENARIO**DESEABLE**

- Un turismo diversificado y sustentable de atractivo
- Zona de balnearios de calidad turística-recreativa
- Revaloración del patrimonio cultural, histórico, artístico
- Instalaciones e infraestructura de sitios turísticos modernizada
- Mejora en las condiciones de bienestar social y económico.
- Generación ampliada de fuentes de empleo turístico regional.
- Ruta de la salud diversificada con productos de calidad turística.
- Distribución más equilibrada de la derrama económica turística intermunicipal.

PRINCIPALES OBJETIVOS**PRINCIPALES RETOS**

- Sustentable, promotor de actividades de preservación ambiental.
- De fomento a una cultura turística, ecológica y cultural.
- Generador de amplias oportunidades reales de empleos locales.
- Que realce los valores naturales, históricos, patrimoniales, así como las tradiciones, costumbres y gastronomía michoacanas.
- Competitivo frente a zonas turísticas similares en México y en otros países.
- Con programas concertados con autoridades, prestadores de servicios, empresarios y representantes locales para el desarrollo
- integral: turístico, urbano, de infraestructura y ambiental

OBJETIVO

Posicionar la “Ruta de la Salud” como un destino turístico competitivo, diversificado y sustentable vinculado a un entorno natural de manantiales, aventura, cultura, rural, ecoturístico, de observación de flora y fauna y de protección al patrimonio natural, cultural e histórico de la región, en beneficio de sus habitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS**Reactivación turística de la Ruta de la Salud a través de**

- Reposicionar la zona de balnearios como atractivo turístico, mediante la restauración y modernización de sus instalaciones, el mejoramiento de su entorno y salvaguarda del medio natural.
- Revalorizar el patrimonio cultural, arquitectónico, histórico, artístico, de festividades y gastronómico, para incrementar la afluencia turística, la estadía y la derrama económica en un marco de aprovechamiento y conservación de cada sitio en particular.

OBJETIVOS GENERALES PARA LOGRAR UN TURISMO

- Incremento de la afluencia turística, estadía y derrama económica
- Restauración y modernización de instalaciones de balnearios
- Mejoramiento de la infraestructura y servicios e imagen urbana
- Conservación y preservación del medio natural

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS**TURISMO**

- Identificación de rutas y circuitos turísticos en una red regional.
- Promoción ampliada del Turismo de la Ruta de la Salud
- Diversificación de la oferta turística mediante identificación de productos complementarios.
- Incorporación de la población local en proyectos turísticos

- Capacitación turística con cursos personalizados

INFRAESTRUCTURA E IMAGEN URBANA

- Ampliación de infraestructura urbana
- Remozamiento imagen urbana en rutas y circuitos turísticos
- Transportación turística de rutas y circuitos
- Señalética turística uniforme en las poblaciones principales
- Mejoramiento de condiciones viales de acceso a sitios turísticos
- Peatonalización en zonas centrales y atención a minusválidos
- Señalización carretera turística adecuada

MEDIO NATURAL

- Drenaje sanitario y tratamiento aguas residuales
- Tratamiento y disposición de residuos sólidos
- Evaluación y seguimiento de la calidad de aguas urbanas y termales
- Acciones de mejoramiento ambiental en zonas rurales y de bosque

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Impulsoa un Circuito turístico de relajación y turismo social.

- Zinapécuaro-Araró- Los Azufres-Indaparapeo-Queréndaro- Charo-Morelia

Ampliación del circuito turístico de historia, cultura y turismo social.

- Morelia-Cuitzeo-Huandacareo-Chucandiro

Creación de rutas y circuitos de turismo de salud y eco turístico.

- Los Azufres-Cd. Hidalgo-Zitácuaro- Zona de la Mariposa Monarca

PROGRAMA DE DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL DE LA RUTA DE LA SALUD (PRIMERA ETAPA), ESTADO DE MICHOACÁN”

Fuente: www.fonatur.gob.mx

CIRCUITO CUITZEO

Fuente: www.fonatur.gob.mx

CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS BALNEARIOS EN MICHOACAN

CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS BALNEARIOS EN MICHOACAN

Entre los atractivos turísticos del estado de Michoacán destaca la existencia de 425 manantiales, sin embargo a la fecha se han explotado comercialmente alrededor de 48 establecimientos. Que por sus instalaciones ofrecen un amplio perfil de la actividad turística.

El concepto de balneario en el estado se aplica a un gran número de establecimientos que, por lo general, no poseen servicios complementarios, lo más común es que tengan alberca con aguas termales utilizadas como baños públicos y de acuerdo a los propietarios las aguas tienen características curativas.

CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS

Si bien los balnearios se encuentran diseminados en todo el estado, la zona de mayor concentración se localiza al norte de Michoacán, principalmente en los límites con Guanajuato y Jalisco donde se encuentra una de las más grandes cuencas del país, la del río Lerma. Adicionalmente esta zona se caracteriza por poseer recursos hidráulicos de gran importancia, también por ser densamente comunicada y tener un clima templado con temperaturas medias de 22 grados c.

Lo anterior ha contribuido al desarrollo de los balnearios en la zona norte del estado además de que esta región es de fácil acceso con el cd. De Guadalajara, jal., Toluca Edo. De México, Guanajuato y León, Gto.

ZONA DE CUITZEO

ZONA DE ZINAPECUARO

ZONA DE LOS AZUFRES

ZONA MORELIA

ZONA PATZCUARO-TACAMBARO

De las regiones descritas anteriormente se observa que el 30% de los 23 balnearios visitados se encuentran en la zona de el lago de Cuitzeo; sin embargo, la región de mayor capacidad para recibir visitantes es la de los azufres que puede llegar a admitir más de 18 mil.

INFRAESTRUCTURA.

Del total de los 60 balnearios en Michoacán, aproximadamente el 50% carecen de infraestructura adecuada y sus instalaciones son generalmente rústicas y no reciben un mantenimiento adecuado.



<http://www.google.com.mx/imgres?q=BALNEARIO+EL+EJIDO+MORELIA+MICH&hl>



BALNEARIO COINTZIO MORELIA MICH.
<http://www.google.com.mx/imgres?q=BALNEARIO+EL+EJIDO+MORELIA+MICH&hl>



BALNEARIO TEPETONGO CONTEPEC MICH.
<http://www.google.com.mx/imgres?q=BALNEARIO+TEPETONGO+MICH&hl>

LOS BALNEARIOS QUE TIENEN UN MAYOR GRADO DE EXPLOTACION SON LOS SIGUIENTES.

BALNEARIO EL EJIDO TENENCIA MORELOS	MORELIA
TEPETONGO	CONTEPEC
CAMPAMENTO TURISTICO LOS AZUFRES	LOS AZUFRES
PARQUE ACUATICO REINO DE ATZIMBA	ZINAPECUARO
CENTRO TURISTICO VISTA BELLA	HUANDACAREO
CENTRO RECREATIVO AGUA CALIENTE	HUANDACAREO
BALNEARIO LOS ARCOS	HUANDACAREO
BALNEARIO EL EDEN	HUANDACAREO
PARQUE ACUATICO SELVA MAYA	HUANDACAREO
BALNEARIO EL PARAISO	HUANDACAREO
EJUDAL DE COINTZIO	MORELIA
HOTEL BALNEARIO HACIENDA CARACHA	ZIRACUARETIRO
BALNEARIO ERENDIRA	CD.HIDALGO
BALNEARIO LA MAJADA	APATZINGAN
BALNEARIO ZAMANO	JACONA
BALNEARIO HUINGO	ARARO
PARQUE ACUATICO DIVERTIOLAS	GABRIEL ZAMORA
BALNEARIO EL OASIS	TZINTZIMEO
BALNEARIO LOS HERVIDEROS	ARARO
BALNEARIO EL JACAL	PANINDICUARO
BALNEARIO LAS ADJUNTAS	ZINAPECUARO



CAMPAMENTO TURISTICO LOS AZUFRES
<http://atractivosdemichoacan.blogspot.mx/2010/11/atractivos-de-michoacan.html>



REINO DE ATZIMBA ZINAPECUARO MICH.
<http://www.google.com.mx/imgres?q=BALNEARIO+ATZIMBA+MICH&hl>



BALNEARIO LOS ARCOS HUANDACAREO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=BALNEARIO+LOS+ARCOS+HUANDACAREO+MICH&hl>

SERVICIOS POR BALNEARIO

		ALBERCAS	AGUAS TERMALES	ALBERCA PRIVADA	ALBERCA DE OLAS	VAPOR NATURAL	QUIROPRACTICO (MASAJES)	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TIENDA	ÁREAS DEPORTIVAS	ÁREA PARA EVENTOS	ÁREA INFANTIL	ÁREAS VERDES	CABAÑAS	CAMPAMENTO	CENADORES	ESTACIONAMIENTO	HOTEL	LAGO NAVEGABLE	PARRILLAS	PLAYA ARTIFICIAL	REGADERAS Y SANITARIOS	RÍO NAVEGABLE	TOBOGÁN ACUÁTICO	DEPORTES EXTREMOS	VESTIDORES
1	REINO DE ATZIMBA	*	*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2	CENTRO TURISTICO VISTA BELLA	*	*					*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3	LOS ARCOS	*	*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
4	CENTRO RECREATIVO AGUA CALIENTE	*	*					*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
5	HUINGO	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
6	EL JACAL	*						*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
7	HOTEL BALNEARIO CAMPESTRE HACIENDA CARACHA	*		*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
8	EL EJIDO	*						*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
9	CAMPAMENTO TURÍSTICO LOS AZUFRES RANCHO VIEJO	*	*					*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
10	LA MAJADA	*						*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
11	LOS HERVIDEROS	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
12	EL OASIS	*	*					*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
13	EJIDAL DE COINTZIO	*	*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
14	SELVA MAYA	*	*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
15	LAS ADJUNTAS	*						*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
16	DIVERTIOLAS	*			*			*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
17	EL PARAÍSO	*	*	*				*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*



BALNEARIO AGUA CALIENTE HUANDACAREO
<http://www.balnearioaguacaliente.com/galeria>.



BALNEARIO VISTA BELLA HUANDACAREO
 FOTOS POR ALFONSO CAHUE CAHUE



<http://www.visitmichoacan.com.mx/images/stories/logos/directorio-mapa-balnearios.jpg>



PARQUE ACUATICO SELVA MAYA HUANDACAREO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=PARQUE+ACUATICO+SELVA+MAYA+HUANDACAREO+MICH>



BALNEARIO EL PARAISO HUANDACAREO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=PARQUE+ACUATICO+EL+PARAISO+HUANDACAREO+MICH>



HOTEL BALNEARIO HACIENDA CARACHA URUAPAN
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+CARACHA&um>

Michoacán cuenta con más de 60 balnearios, de los cuales 22 pertenecen a la Asociación Michoacana de Balnearios y Parques Acuáticos A.C. (Amibalpa), sin embargo todos están listos para recibir a los paseantes.

Los precios de acceso a los balnearios oscilan desde 20 hasta 100 pesos.

Los balnearios en Michoacán generan entre doce y 25 empleos por balneario y en temporada alta, desde el mes de marzo, se duplican o triplican esos trabajos, dependiendo del balneario o parque acuático del que se trate.

De los 22 balnearios agremiados a la Asociación Michoacana de Balnearios y Parques Acuáticos en el estado, unos doce ya cuentan con áreas de spa, rústicos. Pero casi todos tienen aguas termales, al igual que la mitad de ellos tienen manera de hospedarse. Los balnearios más cerca de Morelia.

De acuerdo con la Asociación Michoacana de Balnearios y Parques Acuáticos de Michoacán, los balnearios más cerca de Morelia son Balneario Cointzio y El Ejido, luego en Huandacareo están Vista Bella, Agua Caliente, Los Arcos, El Edén, Selva Maya, El Paraíso; en Zinapécuaro está Reino de Atzimba; Los Hervideros, Huingo; El Oasis, Álvaro Obregón. En Uruapan, Ex Hacienda Caracha; en Apatzingán, La Majada; Paníndicuaro, El Jacal; en Contepec, Buenavista.

ALOJAMIENTO

La oferta total de cuartos en los 27 balnearios de Michoacán asciende a 270 cuartos distribuidos en 18 hoteles. La oferta de los cuartos se distribuye en hoteles con promedio de 12 cuartos por establecimiento, los hoteles se encuentran en los Balnearios de Atzimba, Agua Blanca, Agua Caliente, Los Arcos, Vista Bella, Eréndira y Caracha. El total de cabañas disponibles es de 15 distribuidas en 3 balnearios: Eréndira, los azufres y laguna larga es conveniente mencionar que las condiciones de operación son de calidad regular, el balneario de Cointzio cuenta con 6 bungalos.

Por último es importante mencionar que la mayoría de los balnearios con oferta de hospedaje cuenta con áreas para acampar. El total de los balnearios tienen áreas para acampar lo cual representa una parte importante para el turista.

AFLUENCIA DE VISITANTES

Las instalaciones visitadas tienen una capacidad de 31,450 visitantes destacando Laguna Larga, Atzimba, Vista Bella y Caracha, los cuales representan el 60% de la oferta.

La mayoría de los balnearios carecen de un registro administrativo que permita determinar su afluencia de visitantes, o bien no proporcionar esta información en forma verídica limitándose a fijar una apreciación subjetiva.

De acuerdo a la información proporcionada por los propietarios de los balnearios, se pudo observar que entre semana prácticamente no existe demanda, salvo en época de verano y vacaciones escolares.



BALNEARIO ERENDIRA LOS AZUFRES
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+ERENDIDA&um>



BALNEARIO LA MAJADA APATZINGAN
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+LAMAIAJADA&um>



BALNEARIO ZAMANO JACONA
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+ZAMANO&um>

En cuanto a la estacionalidad que presentan los balnearios se debe principalmente al clima, así como las vacaciones escolares y días festivos. Semana santa, fiestas navideñas y puentes oficiales. Los meses que acusan una mayor demanda son el periodo de marzo a septiembre.

PROMOCION

Pocos son los balnearios en el estado que realizan algún tipo de campaña promocional, únicamente la llevan a cabo los balnearios de Reino de Atzimba y los balnearios de Huandacareo, que se promueven a través de folletos, el de Agua Caliente, Vista Bella, los Arcos y Selva Maya que se anuncia a través de la radio local.

EMPLEO

A pesar de las deficiencias que se observan en los balnearios de Michoacán, la corriente turística que genera es importante para la entidad principalmente para la localidad, a la vez que observen mano de obra a través de empleos directos e indirectos. El empleo directo en los 27 balnearios visitados se estima en aproximadamente 250 personas, además, en fines de semana y días festivos se recurre a la contratación de personal eventual, adicionalmente se calcula que cada empleo directo creado en la rama de la industria turística tiene una recuperación por medio de empleos indirectos lo que significa que el impacto laboral de las instalaciones visitadas asciende a 700 empleos totales.

Si este comportamiento es común al resto de los balnearios de la entidad, entonces se puede pronosticar que el empleo que genera la totalidad de los balnearios es de aproximadamente 1,500 empleos.

CONTROL DEL ESTADO

A diferencia de otro estado como Morelos, el gobierno de Michoacán no ejerce ningún control sobre las tarifas que son cobradas en los balnearios, no otorga ninguna clasificación turística, así como tampoco mantiene supervisión sobre el número de visitantes. Las tarifas dependen de la calidad del servicio, así también no se observa la existencia de precios diferenciales entre semana y fin de semana, sin embargo se dan descuentos a grupos que visitan las instalaciones entre semana, así como la existencia de tarifas especiales para niños. Las unidades turísticas de propiedad pública ofrecen tarifas relativamente más bajas que las administradas por ejidos o por propiedad privada de similar calidad en servicios e instalaciones.



BALNEARIO HUINGO ARARO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+HUINGO+ARARO+MICH&um>



BALNEARIO LOS HERVIDEROS ARARO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+LOSHERVIDEROS+ARARO+MICH&um>



BALNEARIO DIVERTIOLAS GABRIEL ZAMORA
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+DIVERTI+OLAS+GABRIEL+ZAMORA+MICH>

BALNEARIOS DE MICHOACAN								
NOMBRE DEL BALNEARIO	MUNICIPIOS	TENENCIA DE LA TIERRA	INICIO DE OPERAC.	SUPERF.	CAP.	PER. DE PLANTA	TARIFA	
							NIÑOS	ADULTO
I. ZONA DEL LAGO DE CUITZEO								
1.SAN JUAN TARARAMEO	CUITZEO	COMUNAL	1917	225 mts2	50	4	\$ 40.00	\$ 50.00
2.LA CIENEGA	CUITZEO	EJIDAL	1980		1000	4	\$ 40.00	\$ 50.00
3.EL BAÑO	CHUCANDIRO	COMUNAL						
4.VISTA BELLA	HUANDACAREO	PRIVADA	1972	9 HECT.	4500	33	\$ 60.00	\$ 75.00
5.AGUA CALIENTE	HUANDACAREO	PRIVADA	1950	3 HECT.	1500	20	\$ 55.00	\$ 80.00
6.FAMILIA FERNANDEZ	HUANDACAREO	PRIVADA	1950	625 MTS.2	500	3	\$ 30.00	\$ 40.00
7.LOS ARCOS	HUANDACAREO	EJIDAL	1989	3 HECT.	1500	15	\$ 55.00	\$70.00
8. EL PARAISO	HUANDACAREO	EJIDAL	1993	2 HECT.	1000	4	\$ 40.00	\$ 50.00
9. EL EDEN	HUANDACAREO	EJIDAL	1994	2 HECT.	1000	8	\$ 40.00	\$ 50.00
10. SELVA MAYA	HUANDACAREO	EJIDAL	2003	3.5 HECT.	1500	10	\$ 55.00	\$ 70.00
II.ZONA ZINAPECUARO								
11.EL PEDREGAL	QUERENDARO	PRIVADA		1 HECT.	500	3	\$ 40.00	\$ 50.00
12.ATZIMBA	ZINAPECUARO	PRIVADA	1946	8 HECT.	5400	36	\$ 65.00	\$ 115.00
13.LOS HERVIDEROS	ZINAPECUARO	PRIVADA	1965	8,000 MTS.2	3000	3	\$ 40.00	\$ 50.00
14.LA SALUD	ZINAPECUARO	PRIVADA		6,000 MTS.2	2500	3	\$ 40.00	\$ 50.00
15. HUINGO	ARARO	PRIVADA					\$ 40.00	\$ 50.00
III.ZONA LOS AZUFRES								
16.ERENDIRA	CD.HIDALGO	PRIVADA	1977	3 HECT.	1500	10	\$ 35.00	\$ 50.00
17.RANCHO VIEJO LOS AZUFRES	CD.HIDALGO	PUBLICA	1984	4 HECT.	2000	6	\$ 25.00	\$ 35.00
18.LAGUNA LARGA	CD.HIDALGO	EJIDAL	1960	3 KM.2	8000	20	\$ 25.00	\$ 35.00
19.DOÑA CELIA	CD.HIDALGO	PRIVADA	1984	1 HECT.	500	3	\$ 25.00	\$35.00
20.AGUA BLANCA	JUNGAPEO	PRIVADA	1944	1 HECT.	250	8	\$ 35.00	\$ 50.00
21.TEPETONGO	CONTEPEC	PRIVADA					\$90.00	\$ 160.00
IV.ZONA MORELIA								
22.COITZIO	MORELIA	PUBLICA		7 HECT.	2000	13	\$ 30.00	\$ 50.00
23.EL EJIDO	MORELIA	EJIDAL	1973	1 HECT.	600	10	\$ 35.00	\$ 50.00



BALNEARIO AGUA BLANCA JUNGAPEO

<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+AGUA+BLANCA+JUNGAPEO+MICH&um>



BALNEARIO DOÑA CELIA LOS AZUFRES

http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://www.cdhdgo.com.mx/galeria/azufres/DONA_CELIA



BALNEARIO LAGUNA LARGA LOS AZUFRES

http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://www.cdhdgo.com.mx/galeria/azufres/LAGUNA_LARGA

V.ZONA PATZCUARO-TACAMBARO									
24.CARACHA	ZARACUARETIRO	PRIVADA	1979	5 HECT.	2500	10	\$ 50.00	\$ 70.00	
25.LAS PALMERAS	NVA.ITALIA	PRIVADA	1983	2.5 HECT.	2000	6	\$ 35.00	\$ 50.00	
26.LOS TULIPANES	JACONA	PRIVADA	1966	1.5 HECT	700	2	\$ 15.00	\$ 20.00	
27.ZAMANO	JACONA	PRIVADA	1980	1.4 HECT.	700	4	\$ 15.00	\$ 20.00	

AFLUENCIA TURISTICA DE LOS BALNEARIOS DE HUANDACAREO, INFORMACION PROPORCIONADA POR SUS PROPIETARIO (AÑO 1989)												
	AFLUENCIA APROXIMADA POR MES											
NOMBRE DEL BALNEARIO	ENE 1989	FEB 1989	MAR 1989	ABR 1989	MAY 1989	JUN 1989	JUL 1989	AGOS 1989	SEPT 1989	OCT 1989	NOV 1989	DIC 1989
VISTA BELLA	3,100	2,900	15,600	23,900	7,000	2,640	2,800	3,100	2,250	1,950	1,600	4,650
AGUA CALIENTE	3,114	2,061	7,626	11,074	3,196	2,100	2,350	2,500	1,800	1,625	1,288	3,250

AFLUENCIA TURISTICA DE LOS BALNEARIOS DE HUANDACAREO, INFORMACION PROPORCIONADA POR SUS PROPIETARIOS 2011-2012												
	AFLUENCIA APROXIMADA POR MES											
NOMBRE DEL BALNEARIO	JUL 2011	AGOS 2011	SEPT 2011	OCT 2011	NOV 2011	DIC 2011	ENE 2012	FEB 2012	MAR 2012	ABR 2012	MAY 2012	JUN 2012
VISTA BELLA	4,615	4,673	3,055	2,468	1,923	2,864	3,556	1,476	27,802	28,749	4,837	4,750
AGUA CALIENTE	3,692	3,738	2,444	1,974	1,538	2,291	2,845	1,107	20,852	23,062	3,628	3,650
LOS ARCOS	2,307	2,336	1,528	1,234	962	1,432	1,778	738	15,901	16,375	2,419	2,350
SELVA MAYA	1,385	1,402	917	750	577	860	1067	445	8,340	12,825	1,451	1,415
EL EDEN	1,153	1,168	764	617	480	716	890	380	6,950	10,687	1,210	1,200
EL PARAISO	832	800	558	470	388	530	633	290	4,170	5,412	845	865
	13,984	14,117	9,266	7,513	5,868	8,693	10,769	4,436	84,015	97,110	14,390	14,230
										TOTAL ANUAL		284,391

Comparando las dos graficas podemos observar que la afluencia recibida por los balnearios de Huandacareo ha ido incrementando de 1989 a 2012, cuando solamente existían los balnearios Vista Bella y Agua Caliente.La variación de afluencia que existe en los diferentes meses del año, es debido a las vacaciones escolares y festividades religiosas como son semana santa, navidad y los meses de julio y agosto.



BALNEARIO EL PEDREGAL QUERENDARO
<http://www.google.com.mx/imgres?q=balneario+EL+PEDREGAL+QUERENDARO+MICH&um>

Es importante mencionar que la afluencia proporcionada por los propietarios de los balnearios de Huandacareo no es exacta, debido a que estos se rehusaron a facilitar dicha información todas las cantidades son aproximaciones hechas por ellos mismos, con excepción a la proporcionada por los propietarios del balneario Agua Caliente y Vista Bella.

CONSIDERACIONES DE LA INFORMACION

En base a la información de afluencia turística proporcionada por los propietarios de los balnearios, podemos observar la falta de constancia por parte del turista, ya que las mayores concentraciones están bien focalizadas por épocas ya sea de semana santa o de vacaciones escolares, Es importante concertar con Gobierno del Estado el que promuevan la visita a estos centros recreativos como complemento de otros eventos culturales, ya que si el turista no sabe de la existencia de estos como los va a visitar, más que todo el turista que visita esta región y que esta fuera del área de influencia de los balnearios.

Actualmente la capacidad de alojamiento con que cuentan los balnearios de Huandacareo es insuficiente para recibir al turista, consecuentemente algunas personas que usualmente los visitaban han dejado de hacerlo debido a la falta de capacidad instalada de instalaciones de hospedaje ya que normalmente se encuentran saturadas, con todo y esto sigue aumentando la afluencia turística.

Con la apertura de un nuevo balneario no pretendemos restar visitantes a los demás establecimientos sino al contrario, con la creación de nuevos espacios y unas instalaciones aptas para lograr un buen proyecto existirá una distribución más equitativa entre estos, con la finalidad de ofrecer una perspectiva más amplia y un mejor servicio para que el turista pueda gozar plenamente de su estancia.

INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y SERVICIOS

Huandacareo está comunicado por las redes carreteras con los centros urbanos más importantes del país, no obstante a esto en todo el Estado carecemos de aspectos relativos en materia turística, que ayuden a alcanzar el potencial necesario para que esta actividad alcance su máximo aprovechamiento.

En vías de comunicación terrestre contempla el 4.6% del total del país, en carreteras ferroviarias comprende 1,135 km. equivalente al 4% del total nacional. En estas dos vías de comunicación, alcanza la superación de kilometraje promedio nacional por estado.

Cuenta con tres aeropuertos nacionales implantados en Morelia, capital del estado, Iázaró Cárdenas y Uruapan.

Por lo que respecta a infraestructura hotelera, la Región Morelia en su capital cuenta con una gran variedad de hoteles de todo tipo y calidad así como de cualquier tipo de servicio complementario necesario, pero donde hace falta más cupo hotelero es en Huandacareo así como diversificación de servicios complementarios.

INVERSIONES TURÍSTICAS

Las inversiones se motivan con el fin de sustentar y apoyar los centros turísticos: también dentro de la economía del país, algunas de las inversiones son:

Económicas turísticas.- que impulsan las construcciones o proyectos para albergar turistas y centros de desarrollo turístico como los complejos, punta de diamante en la parte oriente de la bahía de Acapulco guerrero y el proyecto bahías de Huatulco en Oaxaca.

En medios de comunicación apoya la construcción de carreteras, puentes, aeropuertos, bahías, estaciones ferroviarias, centrales de autobuses y otros medios que favorecen el desplazamiento a los centros turísticos.

Educativas, apoya la construcción de planteles de enseñanza para la capacitación personal infiltrada en las áreas turística; además contemplan en sus planteles la motivación respecto a las especialidades, eventos y conferencias que recaen en el ámbito del turismo.

Propaganda.- de gran relevancia para los centros turísticos, que se contemplara a nivel nacional e internacional, ofreciendo paquetes turísticos, en la actualidad muy mencionados.

La intención de la inversión turística es de atraer y retener al visitante, que es la persona destinada a remunerar lo invertido a plazo corto. Por esta razón se pretende apoyar en estos aspectos a la población de Huandacareo para aumentar la afluencia turística.

MEJORAMIENTO DE HOTELES

La disponibilidad de una oferta hotelera de calidad y accesible para todos los segmentos que integran la demanda turística, es uno de los primeros requisitos para el impulso y crecimiento de esta actividad. La oferta debe estar compuesta por hoteles de distinta categoría, pero manteniendo estándares de calidad que hagan confortable la estancia de los turistas que llegan a la Ruta de la Salud. Las instalaciones deben estar en buen estado y funcionamiento, los inmuebles tener mantenimiento permanente.

En el caso de las acciones tendientes a mejorar la oferta existente en la Ruta de la Salud, debe considerarse que no sólo se trata de mejorar la calidad de los espacios; sino que se debe dotar a los hoteles de la infraestructura y las áreas que requieren para ofrecer un mejor servicio equiparable con aquéllos establecimientos que se localizan en zonas como Morelia, para hacerlos más atractivos.

En este sentido es importante promover la inversión privada para el mejoramiento de los hoteles, particularmente los de 2 y 3 estrellas, con la finalidad de integrarlos a la categoría turística. En este sentido, se espera que los establecimientos de la zona se vayan poco a poco transformando en hoteles de categoría turística (4 estrellas o más), contribuyendo a disminuir la cantidad de establecimientos que no cumplan con los requisitos que se establecen para ese rango. Así mismo se espera que se brinde un servicio de calidad, con instalaciones adecuadas y personal capacitado para atender a los visitantes.

Resumen de información que permite a los prestadores de servicios elaborar estrategias de promoción de mercadotecnia encaminadas a satisfacer mejor a este tipo de turistas

Determinamos el número de habitaciones necesarias para dar alojamiento en la población de Huandacareo; basándose en los siguientes datos:

- Para el periodo de Semana Santa, la mayor parte de los turistas presentaron el perfil “conservador”, con un 31.8%. En segundo lugar se ubicaron los “amantes de la casa” con el 22.2%
- Durante el periodo de Verano, el estilo de vida que clasifica mayor número de turistas es el “conservador”, con 30.9%, seguido por el “amante de la casa”, con el 27.6%.
- Respecto al periodo de Fin de Año, el estilo de vida que clasifica mayor número de turistas es el “amante de la casa”, con 31.0%, seguido por el “conservador”, con el 28.8%.
- Los turistas que más visitaron la Región Morelia en el año 2009 se encuentran en el rango de “25 a 44 años” con el 48.7%.
- El 90.70% de los turistas que visitaron la región mencionada provinieron de algún estado de la República Mexicana, Principalmente del mismo estado con un 18%, de Jalisco con un 13%, del Distrito Federal con un 12%, Estado de México con un 10% y Guanajuato con un 8%.
- Así mismo se analizó en compañía de quiénes viajaron los turistas que fueron entrevistados en la Región de Morelia y se obtuvieron los siguientes resultados: El grupo con mayor porcentaje fue el de turistas que reportaron viajar con pareja, con el 26.8%, seguido por los que viajan en familia con hijos con el 25.3%, y con el menor porcentaje fueron los que viajaron con compañeros de estudio o de trabajo, con el 3.0%.
- En cuanto al número de noches que los turistas tenían planeadas permanecer en el estado, el 76.3% indicaron que su estancia en la Región Morelia era por una o más noches
- Respecto del alojamiento utilizado durante el año 2009 en esta región, el 51.8% de los turistas que pernoctaron en la región decidieron hacerlo en hoteles o similares.
- Número de noches promedio que pasaron los turistas en la región Morelia 4.4 noches.
- Motivo del viaje a Michoacán. El motivo principal para los turistas encuestados en la Región Morelia fue el de recreo y vacaciones con el 41.1%, mientras que para el 30.1% el motivo principal fue visitar a familiares y amigos.
- Medio de transporte utilizado para llegar al destino turístico fue el automóvil privado con el 73.8% seguido por el autobús con el 10.7%.
- Las principales actividades realizadas durante el viaje, fueron con el porcentaje más alto las visitas a sitios culturales (38.2%), seguido por visita a parques/zoológicos, balnearios, (12.5%).
- los medios de comunicación que influyeron en tomar la decisión de visitar Michoacán se observa que las recomendaciones de amigos y familiares presentó un 49.9%. seguido por internet con el 11.1%.
- Gasto promedio del turista \$554 pesos.
- Distribución del gasto: comida \$121, hospedaje 121, compras \$93, y por ultimo actividades \$43 pesos.

Se considera que el amante de casa y el conservador son el tipo de personas que se pueden hospedar en Huandacareo en un hotel de 3 estrellas por lo tanto propondremos un 12.5% del turismo que arriba a los balnearios de Huandacareo.

Tenemos que el turismo que visita los balnearios asciende a las 284,391 personas de las cuales el 12.5% requiere de hospedaje. Información proporcionada por el presidente de la asociación de balnearios de Michoacán el CP Omar González Campos.

12.5% de 284,391 es igual a 35,548 visitantes por año que requieren de hospedaje
35,548/12 meses es igual a 2,962 visitantes por mes que requieren de hospedaje
35,548/365 días es igual a 97 visitantes por día que requieren de hospedaje

Normalmente el turista viaja en grupos familiares y en ocasiones solo, para el caso tomaremos como base 4 personas por habitación, por lo tanto $97/4$ es igual a 24.25 X 2.5 días de estancia, siendo igual a 60 habitaciones el cual representaría el 100% de déficit de habitaciones, nosotros al construir un hotel con 32 habitaciones estaremos cubriendo poquito más del 50% del déficit.

Hay que hacer además ciertas consideraciones de la propuesta que se está realizando, ya que el supuesto déficit se está sacando en base a un promedio anual, obviamente en temporada alta la cantidad de habitaciones propuestas sería insuficiente pero de igual manera en temporada baja habría habitaciones de sobra, pero se propone algo que pueda ser rentable para su propietario.

Por lo que corresponde a las demás servicios de las cuales estará compuesto nuestro hotel serán; restaurant bar, lobby bar y salón de juegos de mesa estarán proyectadas para una mayor capacidad para un hotel de 50 habitaciones, con la finalidad de recibir personas que únicamente soliciten de este servicio.

CONCLUSION

Es necesario analizar la importancia que tiene el turismo en Michoacán, como alternativa para impulsar el desarrollo social, así como los beneficios que aporta a la economía y revisar los alcances y limitaciones de los programas, proyectos y políticas de inversión, sobre todo en esta época, en la que las crisis están golpeando fuertemente al estado y al país.

Los planes de gobierno deben dar al desarrollo turístico del Estado de Michoacán, la importancia y seriedad necesario, y no colocar en los puestos del sector gubernamental que atiende al turismo a personas sin la capacidad necesaria, como sucede en el Gobierno Federal y en el Gobierno Estatal. Dado que este ámbito, tiene un gran costo para la sociedad, y no se puede manejar como se está haciendo.

La generación de empleos en este sector es vital. Los ingresos del turismo son los segundos en importancia, sólo después de las remesas que nuestros pisanos migrantes, que residente en los Estados Unidos de Norteamérica envían.

Es conveniente que los niveles de gobierno, trabajen coordinadamente con la sociedad. Los empresarios dedicados a la industria hotelera y restaurantera deben apostarle al sector turismo, con la convicción de que tendrán éxito, y que este sector es una fuente importante de ingresos, una palanca de desarrollo para nuestra entidad.

Es importante mencionar que la oferta turística ocupa un lugar preponderadamente tanto para el estado como para el país. Por un lado Michoacán presenta el segundo estado en importancia en número de balnearios y por el otro tiene una gran variedad de atractivos naturales históricos, folklóricos que hacen de esta región un centro turístico natural de primer orden. Michoacán ocupa el lugar 13 en afluencia turística a nivel nacional; en la última década perdió 4 posiciones debido al reposicionamiento turístico de estados como Chiapas, Guanajuato y Oaxaca.

Con respecto a oferta hotelera, el estado ocupa el lugar 16, registrando la pérdida de 6 posiciones en la última década. Esto no significa que la oferta esté disminuyendo, sino que la inversión turística para la construcción de nueva oferta se está concentrando en otros estados, lo que le resta competitividad a Michoacán.

El crecimiento de la oferta hotelera en el estado registra una dinámica de crecimiento de 1.9% anual para el periodo 1998-2008, lo que equivale a la construcción de 220 cuartos adicionales al año. Con respecto a la distribución por categorías, en los últimos 10 años la distribución por categoría se ha ido orientando ligeramente hacia altas categorías, para 1998 el 32% de la oferta hotelera se concentraba en altas categorías turísticas (5 y 4 estrellas). Actualmente esta participación se ha incrementado al 39% de la oferta hotelera total.

Huandacareo por la belleza de sus manantiales acuíferos y riquezas naturales está considerado dentro de esta clasificación debido a esto que se considera necesario, la consolidación de servicios turísticos en esta población, con la creación diversificada de

establecimientos que apoyen las necesidades del turista. Actualmente lo más urgente es la construcción de un sitio de hospedaje apto para retener a las personas que visitan los balnearios y de igual manera ayudar a atraer más turistas.

Es necesario reafirmar la falta de lugares de hospedaje en la población de Huandacareo, con la finalidad de impulsar el desarrollo en la actividad turística, lo cual está apoyado en lo establecido en el plan de desarrollo turístico, e incrementar las fuentes de trabajo, fortaleciendo así el aspecto socio-económico de la región, cubriendo además la demanda turística.

Es importante tener en cuenta que un hotel va en función a la categoría y servicios turísticos que ofrece su entorno urbano, tipo de usuario y necesidades de la población. Huandacareo no es un sitio de gran importancia a nivel nacional que demande un hotel de 5 estrellas o gran turismo, de acuerdo a la investigación obtenida y tomando en cuenta que el tipo de usuario y la demanda turística propongo un establecimiento de hospedaje de 3 estrellas.

Tomando como base la demanda real de 45 habitaciones, nosotros con 32 habitaciones estaremos cubriendo un 70% esto se debe a la construcción de otras habitaciones que se está realizando en el balneario vista bella.

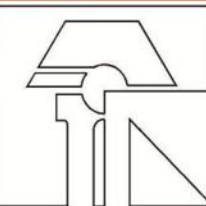
Para la realización de este hotel nos apegaremos a las normas y estándares de operación hotelera para la categoría de 3 estrellas que presenta el fondo nacional de fomento al turismo, arrojando como resultado un proyecto en forma horizontal en doble crujía de cuartos.

MARCO SOCIOCULTURAL

- 4.1.- Referentes culturales
 - 4.1.0.- Costumbres y actividades de la población
 - 4.1.1.- Tendencias de crecimiento
 - 4.1.2.- Composición de la población
 - 4.1.3.- Análisis estadístico y demográfico
 - 4.2.- Referentes económicos
 - 4.2.0.- Migración
 - 4.2.1.- Índice de desarrollo humano
 - 4.2.2.- Crecimiento histórico del área urbana
 - 4.2.3.- Causas económicas y sociales que originaron el crecimiento
 - 4.2.4.- Artesanías
- 4.3.- Conclusiones



SOCIOCULTURAL



4.1.- REFERENTES CULTURALES

La cultura es un modo de vida desarrollado por un grupo humano y transmitido de generación en generación. Es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Los tipos de vestimenta los rituales o festividades, los valores, ideas, actitudes y normas de comportamiento etc.

4.1.0.- COSTUMBRES Y ACTIVIDADES PRINCIPALES DE LA POBLACION

Es de gran importancia tener conocimiento acerca de las costumbres y actividades de cada población, ya que por medio de estas, podemos atraer el turismo a la localidad, dichas costumbres muestran las riquezas y el pasado de nuestra cultura distinguiéndose y diferenciándose cada población por sus artesanías, trajes típicos, riqueza arquitectónica, ferias, festividades religiosas o civiles y atractivos naturales y artificiales.

Tal es el caso de Huandacareo que por la belleza de sus festividades es bastante concurrida por personas del pueblo que habitan en otras ciudades o países y por personas ajenas a la población que por tener conocimiento de sus festividades, acuden a ella.

Dentro de sus festividades civiles destaca la feria de enero en honor a la defensa civil de Huandacareo, de las religiosas sobresalen semana santa y la feria navideña, además cuenta con zona arqueológica purépecha, como son las yacatas y el centro ceremonial, vestigios de la riqueza cultural del origen y pasado glorioso de la población, así como su riqueza natural reflejada en la belleza de sus balnearios los cuales son bastantes concurridos y han producido una enorme afluencia turística.

La feria en honor a la defensa civil de Huandacareo, abarca del 1º al 9 de enero en estos días arriban a la población juegos mecánicos, se realizan eventos deportivos, jaripeos, pelea de gallos y bailes, el 6 de enero es el tradicional baile de reyes, realizado en la plaza principal del pueblo, es el baile de mayor importancia, todas las personas lucen sus mejores galas para esta ocasión, el día 8 de enero es el día principal de esta feria, la fiesta comienza a las 5:00 hrs. de la mañana con una alborada de música de viento y el repique de las campanas, posteriormente eventos deportivos y la carrera atlética de cuitzeo a Huandacareo y un acto cívico en honor a los defensores del pueblo, celebrado en el hemiciclo de la plaza municipal, por la tarde sigue la fiesta en él jaripeo donde se presentan artistas de prestigio internacional, lo cual culmina por la noche con los carros alegóricos que realizan un recorrido por todo el pueblo en compañía de casi todos sus habitantes brindando y bailando al compás de la música. La fiesta nocturna comienza a las 10:00 hrs. De la noche, para finalizar el día 9 a las 6:00 hrs. De la mañana, cada carro muestra una representación artística de escena de esta batalla, acompañados por bandas de música de viento que amenizan este evento, además de numerosos mariachis que acuden a esta fiesta para darle un mayor colorido y esplendor con su armoniosa música, el día 9 es la culminación de esta feria, por la tarde y por la noche se presenta la banda de música en el hemiciclo para despedir lo que se da por terminado este importante evento.



<http://www.huandaevendic.galeon.com/>



Jaripeo, Plaza de toros la Favorita
Foto tomada por Rafael Ferreira



<http://www.huandaevendic.galeon.com/>

Llega la cuaresma un individuo camina sonando acompasadamente una tambora; va por las calles anunciando la celebración de la pasión de cristo, se instalan templete con los tribunales de Caifás, Herodes y Pilatos, escenas donde se juzga a Jesús. En cada uno se desarrolla un coloquio con libreto indígena. Por las calles desfila el centurión con su corte montados en sus briosos caballos, por la plaza anda el judío errante queriendo descansar pero otro judío le pega con una vara.

Lo verdaderamente espectacular de esta ceremonia de semana santa es la procesión nocturna del señor amparo. en la obscuridad de la noche resalta como una serpiente de fuego el resplandor de las velas que llevan los numerosos componentes de la procesión opacando el resplandor de la luna que camina por el cielo en esta noche del jueves santo, por en medio de la procesión van "los penitentes" casi desnudos, con un grueso palo atado con lazo de jarcia a los tobillos y manos que los sangra y obliga a caminar lentamente o los que realizan el recorrido de rodillas, lanzan de cuando en cuando un lamento que dice "para la cera del Señor del Amparo por el amor de dios" forman este coro casi todos los "penitentes" dando un aspecto lúgubre a la procesión.



<http://www.huandaevendic.galeon.com/>



La fiesta tradicional en honor al santo patrono “San Jerónimo” el día 28 de septiembre el año no se ubica, en el Jaripal, lugar donde fue encontrada la estatua, y a donde es llevada cada año en procesión para ser velado por la noche y hacerle una misa, el día 29 la imagen es trasladada a un lugar conocido como las palmas o arroyo blanco en las inmediaciones de Huandacareo, donde se construye una enramada como capilla esto con la intención de que los feligreses puedan venerar al santo, lugar donde se reúne casi todo el pueblo en convivencia con bandas de música de viento, a las 14 hrs se hace el traslado a otras dos capillas que están rumbo al templo y donde encada una de ellas ay un palo encebado el cual en su parte más alta tiene regalos para el afortunado que logre subirlo. Entre 7 y 8 de la noche el santo patrono es llevado a depositar al templo, donde ya lo espera un último palo encebado, quema de cohetes así como una banda de música de viento, este evento termina a las 11 de la noche. Al día siguiente se lleva a cabo un jaripeo en la reconocida plaza de toros y por la noche se lleva a cabo una misa hay serenata en el quiosco con música de viento y quema de castillo con lo que finaliza la fiesta



Las fiestas navideñas principian desde el 12 de diciembre, que es el día de la virgen de Guadalupe, el día comienza con las mañanitas y las peregrinaciones de niños y niñas vestidos con trajes típicos indígenas de la región, cantándole alabanzas a la virgen, por la tarde de realiza un grandioso jaripeo y al anochecer continua la fiesta con bailables y canciones en el hemiciclo de la plaza municipal lo cual es finalizado por un castillo de luces artificiales, a los pocos días comienzan las posadas niños y jóvenes se ven con alegría por las calles con representaciones de san José y la Virgen María pidiendo posada y esperando recibir su aguinaldo. Estas posadas terminan en noche buena.



Es costumbre muy antigua la celebración de noche buena en Huandacareo, hay desfile de los reyes magos, cada uno de los tres es seguido por un gran cortejo de súbditos esclavos, y mulas cargadas con barras de oro y plata de danzantes y música de viento van en pos de una gran estrella hecha a base de papel de china blanco, iluminado en su interior, llegarán hasta el carro alegórico del nacimiento a rendir su adoración, por las calles del pueblo desfilan suntuosos carros alegóricos que muestran pasajes bíblicos y llevan entonados coros de ángeles caracterizados por señoritas del pueblo.



<http://www.huandaevendic.galeon.com/>

4.1.1.- TENDENCIAS DE CRECIMIENTO

Huandacareo ha sido incapaz de retener y albergar a su propia población, ya que para el quinquenio 2000-2005 se ha presentado una tasa decreciente en la dinámica poblacional (-0.927%), debido principalmente al índice de emigración de las familias de la localidad, ya que las condiciones de vida, la falta de empleos y oportunidades han provocado la salida de familias completas hacia los Estados Unidos de Norte América en busca principalmente de mejorar su calidad de vida. Ahora bien, la localidad concentra el 57.85% de la población total municipal; en base a ello y a la tasa natural de crecimiento, representada por 66 habitantes anuales (equivalente a una tasa de 0.878% de crecimiento anual), se propone la siguiente proyección de población:



Fuente: Elaboración propia con base en Censos de Población 1980-2000 y II Conteo de Población 2005, INEGI.

Año	Habitantes	Tasa de Crecimiento
2005	6,395	—
2008	6,565	0.878
2010	6,736	0.895
2015	6,917	0.788
2020	7,098	0.698
2025	7,219	0.608

Proyección de Población del Centro Urbano, 2005-2025

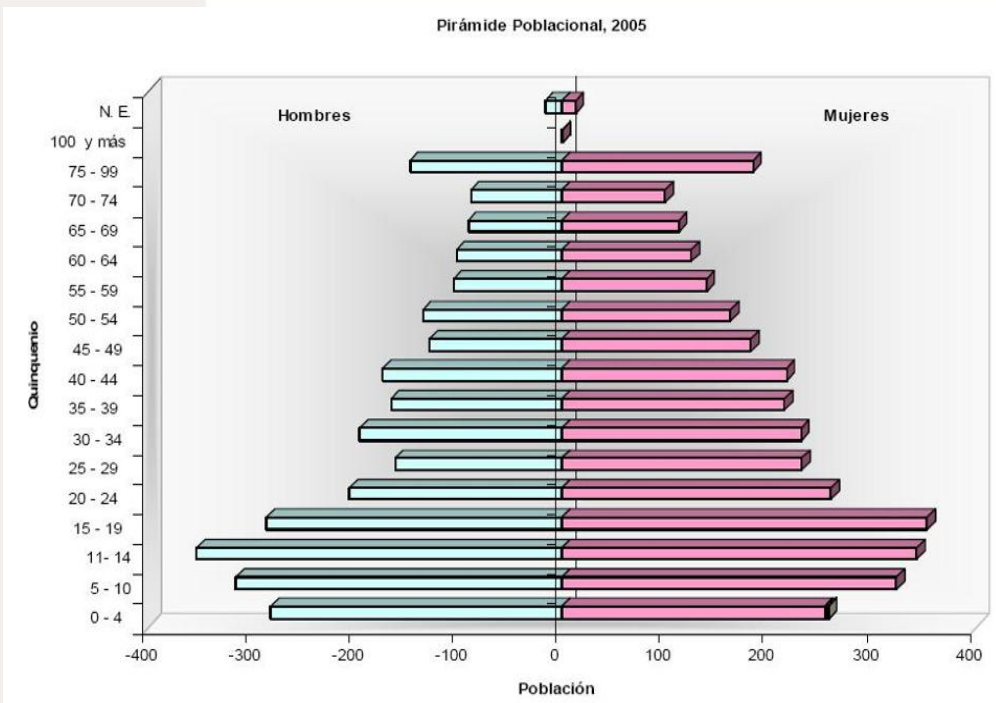
Fuente: Elaboración propia con base en Censos de Población 1980-2010 y II Conteo de Población 2005, INEGI.

Nombre	Población [2]	Porcentaje de población municipal
HUANDACAREO	6,736	58.11
CAPACHO	1,849	15.95
LA ESTANCIA	851	7.34
SAN JOSÉ CUARO	1,463	12.62
TUPÁTARO	321	2.77
Total:	11,220	96.79

Fuente: Elaboración propia con base en Censos de Población 2010 y II Conteo de Población 2010, INEGI.

4.1.2.- COMPOSICION DE LA POBLACION

De acuerdo con el II Censo de Población y Vivienda 2010 se registraron en la localidad 11,592 habitantes, de los cuales 5,399 son hombres y 6,193 mujeres, que representan el 46.58% y el 53.42%, respectivamente. Así mismo, se observa que el 57.85% de la población total del municipio se concentra en la cabecera municipal, de la cual 3,379 personas (53%) se encuentran en edad productiva, situación que debe ser aprovechada de manera eficiente. Cabe señalar también, que dicha base productiva está conformada en su mayoría por mujeres.



Fuente: II Censo de Población y Vivienda, INEGI 2010.

Distribución de la población por grupos quinquenales de edad y sexo, 2010

Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
0 a 4 años	1,027	549	478
5 a 9 años	969	530	439
10 a 14 años	1,077	509	568
15 a 19 años	1,143	552	591
20 a 24 años	942	406	536
25 a 29 años	740	323	417
30 a 34 años	764	333	431
35 a 39 años	782	352	430
40 a 44 años	673	281	392
45 a 49 años	596	271	325
50 a 54 años	535	226	309
55 a 59 años	488	212	276
60 a 64 años	434	199	235
65 a 69 años	372	186	186
70 a 74 años	367	167	200
75 a 79 años	248	116	132
80 a 84 años	190	78	112
85 a 89 años	120	56	64
90 a 94 años	57	24	33
95 a 99 años	18	07	11
100 y más	03	01	02
No especificado	47	21	26
Total	11,592	5,399	6,193

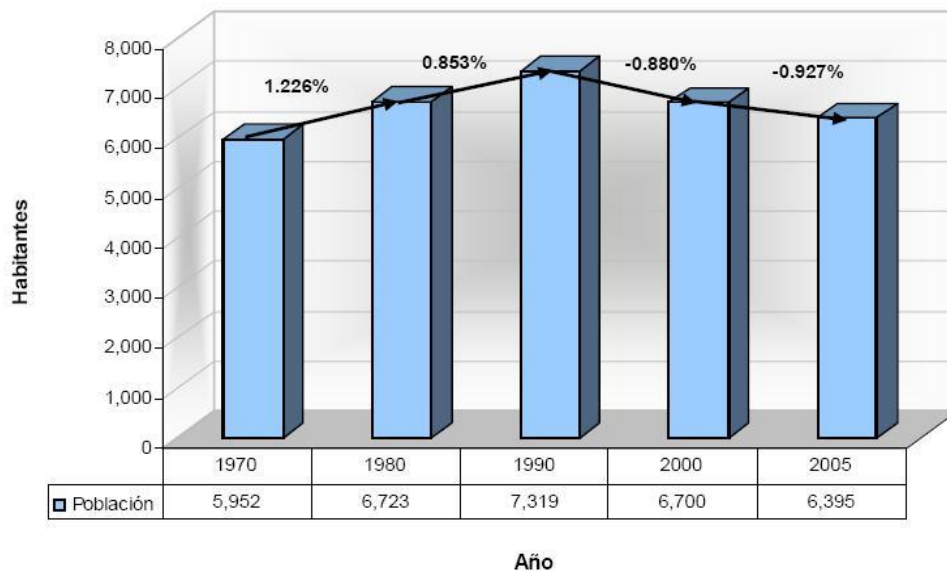
4.1.3.- ANALISIS ESTADISTICO Y DEMOGRAFICO

Crecimiento Poblacional Histórico, 1970-2005

AÑO	HABITANTES	TASA DE CRECIMIENTO	VARIACION ABSOLUTA
1970	5,952	—	—
1980	6723	1.226	771
1990	7319	0.853	596
2000	6700	-0.88	-619
2005	6395	-0.927	-305

Fuente: Elaboración con datos de Censos de Población 1970-2000 y II Conteo de Población 2005, INEGI

Evolución Demográfica y Tasa de Crecimiento, 1970-2005



Fuente: Elaboración con datos de Censos de Población 1970-2000 y II Conteo de Población 2005, INEGI

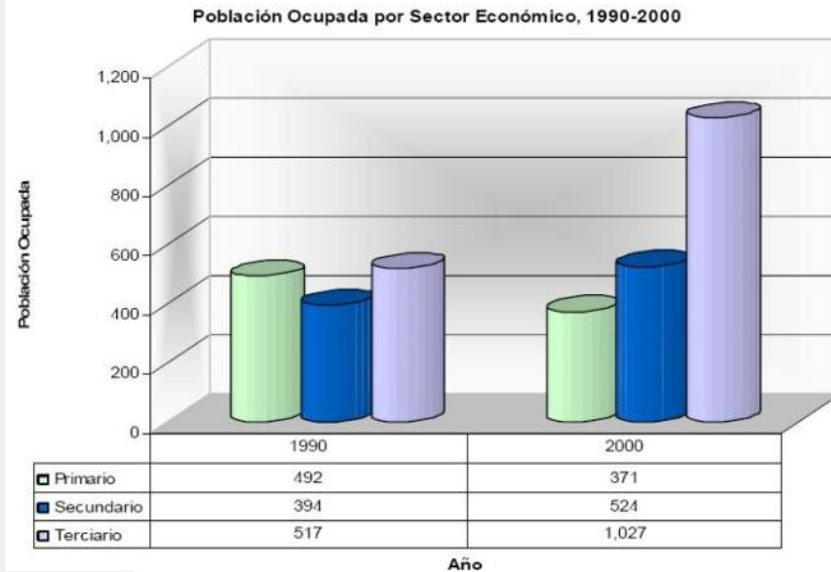
Según el Censo de Población y Vivienda 1990, en el municipio se hablan dos lenguas naturales: Purépecha y Cora. Hasta ése año existían en el municipio 27 personas indígenas, de las cuales 18 eran hombres y 9 mujeres.

Para el año 2005, la población de la localidad de Huandacareo representó el 57.85% de la población total municipal y el 0.16% del total del Estado. El comportamiento del crecimiento histórico poblacional ha presentado variaciones; y a partir del año 2000 se presenta un decremento poblacional que hace que la tasa de crecimiento se revierta de manera negativa, manteniendo la misma situación para el año 2005. La tasa más alta registrada fue en la década de 1970 a 1980 de 1.226%, de ahí en adelante ha presentado disminuciones, situándose en el quinquenio 2000 a 2005 en una tasa negativa de -0.927%, misma que se debe a factores tales como la emigración al interior y exterior del país.

Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos del INAFED. SNIM, 2006.



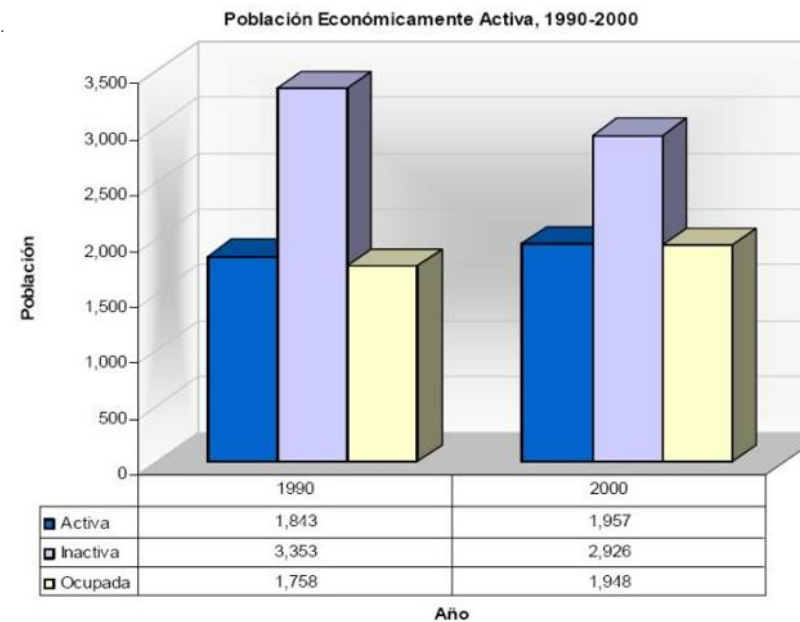
<http://www.google.com.mx/imgres?hl=es&>



Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos del INAFED. SNIM, 2006.

En la década de 1990, el sector terciario absorbió la mayor parte de la población ocupada (29%). Para el año 2000 el sector comercio y servicios incrementa su participación en la actividad económica, concentrando el 53% de la población ocupada de la localidad, seguido en orden de importancia por la industria y la manufactura (con el 27%); y ocupando el último lugar el sector primario con el 19%. El sector comercial y de servicios representa un elemento de alto impacto económico para la localidad, es por ello, que dicho sector concentra la mayor parte de la Población Económicamente Activa (53%). En este aspecto, la localidad brinda servicios turísticos que hacen del lugar una fuente de empleo e ingresos para los pobladores del centro de población. Cuenta con una zona de balnearios de agua termal y una zona arqueológica

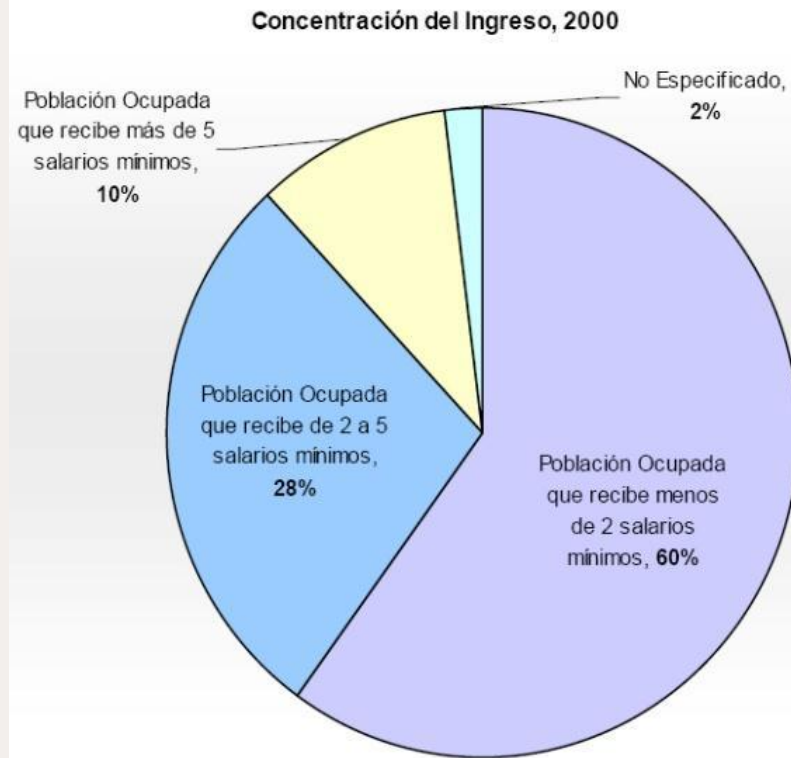
Para el periodo 1990-2000 la Población Económicamente Activa (PEA) del centro de población se incrementó en un 4%, la Población Económicamente Inactiva (PEI) disminuyó en 2%, y la Población Ocupada tuvo un crecimiento del orden del 5%, lo que significa que las fuentes de empleo se vieron incrementadas en dicho lapso, hecho que no garantiza el pleno empleo en la localidad. Para el año 2000, la localidad presentó una PEA y una población ocupada del orden de 29%, respectivamente; y una PEI de 44%.



Fuente: Elaboración propia con datos del INAFED. SNIM, 2006.



<https://www.google.com.mx>



Fuente: Elaboración propia con datos del INAFED. SNIM, 2006.

Localidad	Población Activa	viviendas habitadas	Habitantes/vivienda
Huandacareo	6700	1662	4.03
Capacho	2035	412	4.94
La Estancia	905	193	4.69
San Cristobal	41	11	3.73
San Jose Cuaro	1431	330	4.34
Tupatarillo	307	72	4.26
Tupataro	381	112	3.4
Total	11808	2793	4.23

En términos de distribución del ingreso, sólo el 10% de la población de la localidad percibe un ingreso superior a los 5 salarios mínimos, que se manifiesta en una marcada concentración del mismo; un 28% de la población se considera de clase media baja (recibiendo de 2 a 5 salarios mínimos), y un 60% de la población ocupada sobrevive con menos de 2 salarios mínimos. Dicha situación denota que en términos de repartición de la riqueza, Huandacareo presenta un nivel de desigualdad alto, lo cual repercute en el limitado poder adquisitivo de la mayoría de la población.

El programa de desarrollo urbano de Huandacareo, Michoacán, fue aprobado en sesión de cabildo el día 23 de noviembre de 2007 y es la actualización del plan de desarrollo urbano de 1986; en el que se definen disposiciones para ordenar y regular las áreas que integra y delimita, sus aprovechamientos predominantes, las reservas, usos y destinos, así como las bases para la programación de las acciones de conservación, mejoramiento, y crecimiento.



<http://www.flickr.com/photos/intervida/1876117974/>

4.2.- REFERENTES ECONOMICOS

La economía es la que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos o el empleo de los recursos existentes con el fin de satisfacer las necesidades que tienen las personas y los grupos humanos. Huandacareo cuenta con varias fuentes económicas, y de las cuales la comunidad, aprovecha estos para su propio beneficio y para las comunidades aledañas

4.2.0.- MIGRACIÓN

La emigración es uno de los principales problemas que aquejan a la localidad de Huandacareo ya que del total de la población existente en la localidad un alto porcentaje emigra hacia los Estados Unidos de Norteamérica en busca de una mejor condición de vida. Para el año 2000, a nivel municipal, de un total de 11 808 habitantes el 14.33% emigró a los Estados Unidos principalmente quedando solamente el 85.67% en el municipio según datos del SNIM. Se debe destacar que la población emigrante es principalmente joven que se encuentra entre los 15 y 30 años de edad lo que ocasiona en el municipio una reducción en la población económicamente activa. Es importante mencionar que las remesas son un recurso económico fundamental para el sostenimiento de las comunidades receptoras en México y el desarrollo de las economías regionales.

En este sentido, el municipio de Huandacareo presenta un índice de intensidad migratoria de nivel alto. Para el año 2000, el 25.62% de los hogares del Municipio recibieron remesas de familiares residentes en el extranjero, situación que se ha ido incrementando con el pasar de los años, debido a la carencia de empleos, principalmente. La mayor parte de las remesas obtenidas no se invierten en actividades productivas que generen ingresos a la población; por lo cual, se observa de este elemento una alternativa de desarrollo para que la población no tenga que emigrar a otros lugares.

4.2.1.- INDICE DE DESARROLLO HUMANO

Respecto al Índice de Desarrollo Humano, el cual engloba indicadores de educación, vivienda e ingreso, el municipio presenta un índice de marginación medio, ocupando el lugar número 90 a nivel estatal. Lo anterior debido a lo siguiente: población analfabeta de 15 años o más (17.27%), viviendas con algún nivel de hacinamiento (30.96%), población en localidades con menos de 5,000 habitantes (42.14%) y a su alto grado de concentración de la riqueza (63.27%), factores que contribuyen a limitar el desarrollo y calidad de vida de la población.



<http://www.google.com.mx/imgres>

4.2.2.- CRECIMIENTO HISTÓRICO DEL ÁREA URBANA

En 1970, la localidad de Huandacareo contaba con 89 – 36 – 97.48 Has. De área urbana; teniendo un crecimiento de 156 – 08 – 91.50 Has. En el periodo de 1971 a 1986, siendo este el periodo en que más creció la localidad y finalmente de 1987 al 2000, se ha incrementado en 14 – 98 – 94.03 Hectáreas su área urbana lo cual es otro indicador de que en el lapso de 1970 a 1986, hubo un auge económico en la localidad.

4.2.3.- CAUSAS ECONÓMICAS Y SOCIALES QUE ORIGINARON EL CRECIMIENTO

Así mismo, hasta 1970, la localidad presentó un crecimiento vegetativo, sin grandes cambios ni en su estructura social ni económica, basando esta última en la producción agrícola principalmente. Es a partir de 1975 aproximadamente, que la actividad económica se transforma y comienza a tener auge la actividad porcícola, hecho que también se demuestra con el fuerte incremento del área urbana, en relación con la existente hasta el momento, ya que en un lapso de tiempo de 10 años, la superficie del área urbana prácticamente se duplica. Y a partir de esa fecha, el crecimiento del área urbana se desacelera, siendo mínimo su crecimiento, hasta detenerse del 2000 a la fecha. Cabe mencionar que incluso muchos de los predios dentro del área urbana actual, incluidas las tres etapas de crecimiento descritas, se encuentran baldíos. Es importante mencionar que el lote tipo en la localidad es por el orden de los 600. Mts.², lo cual hace que la densidad sea muy baja y el área urbana sumamente extensa. Este hecho resulta comprensible ya que su principal actividad económica durante mucho tiempo, fue la agricultura y en este tipo de actividad, lo más importante es el recurso suelo.

Superficie del área urbana actual.- La localidad de Huandacareo, cuenta en la actualidad con una superficie de área urbana de 365 - 58 - 34.1450 Has. La mayor parte de la superficie, está destinada a vivienda, mezclada con la prestación de servicios y el equipamiento, pero aún se encuentran algunas granjas dentro de la mancha urbana, las cuales le dieron auge económico a la localidad. Prácticamente no existe industria en la localidad, salvo una pequeña fábrica de alimentos balanceados



Fotos tomadas en granjas locales de Huandacareo por Alfonso Cahue Cahue

4.2.4.- ARTESANÍAS

La riqueza artesanal, es considerada como de las más importantes y representativas de México, prácticamente todas las artesanías son distintivas de pueblos y regiones. En este poblado se elaboran textiles de algodón y objetos de fibras vegetales como: cestos, canastos y tapetes, una de las industrias que floreció fue la producción de sombreros de palma, cabe mencionar que tuvo su gran época, motivo por el cual existían talleres familiares en un 80 por ciento del poblado. Hacia los 90'S la industria decayó y solo se conservan 4 o 5 fábricas en toda la localidad en la que se puede apreciar el proceso de elaboración de este accesorio tan indispensable para mucha gente. El negocio nace como una tradición familiar y actualmente provee el mercado regional. Los hay de varios modelos, gustos y precios al alcance de las posibilidades y de las mismas necesidades.

Existe además una gran variedad de artesanías elaboradas con carrizo y tule que son fabricadas por los artesanos de la comunidad de Capacho tales como: chundes, canastos, jarrones, cestos, y una enorme cantidad de artículos decorativos. Además en la comunidad de Tupatarillo, también se fabrican una vasta variedad de costuras bordadas a mano con diferentes tipos y calidades de hilo tales como: manteles, centros de mesa, caminos de mesa, juegos para baño, carpetas y colchas para cama. Desafortunadamente por falta de promoción no se ha podido concretar estas artesanías como empresas formales, sino que simplemente su producción es en forma de taller artesanal.



<https://www.google.com.mx>

4.3.- CONCLUSIONES

La tradición es la comunicación de generación en generación de los hechos históricos acaecidos en un determinado lugar y de todos aquellos elementos socioculturales que se suceden en el mismo. Es decir, todos aquellos bienes culturales que una generación considera valiosísimos de ser rescatados y continuados a través de los tiempos y por ende los transmite a las siguientes generaciones constituyen la tradición de un país.

Los valores, las creencias, las costumbres, las formas en las cuales una comunidad se expresa artísticamente son considerados tradicionales y plausibles de ser comunicados a las generaciones posteriores como tradición.

Esto de ninguna manera significa estatismo, porque la vitalidad de una tradición depende pura y exclusivamente de la capacidad que ostente para seguir renovándose y aportando algunos elementos nuevos a los ya recibidos. Casi siempre la tradición, aquello tradicional, coincide en un ciento por ciento con lo que se llama popularmente folclore. El folclore es la expresión de la cultura de un pueblo determinado. Los bailes típicos, los cuentos, las leyendas, la historia oral, las supersticiones, la artesanía, entre otras cuestiones, son fieles representantes de ese folclore que mencionamos.

<http://www.definicionabc.com/social/tradicion.php>

Se conoce como costumbres a todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia. Las costumbres de una sociedad son especiales y raramente se repiten con exactitud en otra comunidad, aunque la cercanía territorial puede hacer que algunos elementos de las mismas se compartan.

Las costumbres y tradiciones se vinculan siempre con la identidad y el sentimiento de pertenencia de los individuos que conforman una comunidad. Las costumbres son formas, actitudes, valores, acciones y sentimientos que por lo general tienen su raíz en tiempos inmemoriales y que, en muchos casos, no tienen explicación lógica o racional sino que simplemente se fueron estableciendo con el tiempo hasta volverse casi irrevocables. Todas las sociedades cuentan con su sistema de costumbres, siendo algunas de ellas más evidentes que otras.

Se puede agregar que las costumbres de un pueblo siempre son únicas e irrepetibles. Sin embargo, hoy en día, el fenómeno globalizador hace que muchas de las tradiciones y costumbres de algunas regiones del planeta hayan desaparecido o perdido su fuerza frente a las costumbres importadas desde los centros de poder, principalmente Europa y Estados Unidos.

<http://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>

De acuerdo a la información proporcionada por el instituto nacional de estadística geografía e informática s.p.p. de Morelia, Michoacán (INEGI) y datos recientes proporcionados por la presidencia municipal de Huandacareo, respecto a los datos de población, economía, educación y vivienda el municipio de Huandacareo, muestra un crecimiento con tendencias a la baja de habitantes en esta última década, esto debido a la falta de apertura de nuevas fuentes de trabajo y comercio que en determinado momento evita el desplazamiento de la fuerza de trabajo a otras entidades. Por tal motivo es necesario la creación de estas nuevas fuentes de trabajo dentro de las que destaca el área turística, que genera empleos dentro y fuera de él Municipio, así como empleos indirectos en otros servicios, empleados de mantenimiento y empleados administrativos, establecimientos que se dedican a la reparación de maquinaria y equipo, remodelación de inmueble comerciantes y artesanos.

Con la creación del hotel-balneario en Huandacareo pretendemos atraer un mayor número de turistas y por más tiempo, con lo cual estaremos reforzando la economía de la población y al mismo tiempo estaremos creando nuevas fuentes de trabajo reduciendo de esta manera el desplazamiento de personas a otras ciudades en busca de empleo, el cual es uno de los principales problemas al que se enfrenta el municipio ya que los jóvenes desde los 15 años emigran para los estados unidos por falta de empleos que cubran sus necesidades económicas.

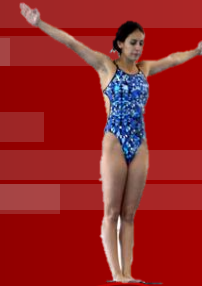
Físico

Geográfico

- 5.- ASPECTOS FISICO - GEOGRAFICOS
- 5.1.0.- Macro localización del Estado de Michoacán
- 5.1.1.- Características generales del Estado de Michoacán
 - Aspectos geográficos
 - Clima
 - Flora y fauna
 - Paisaje, relieve
 - Infraestructura básica
- 5.2.- Características generales del Municipio de Huandacareo
- 5.2.0.- Macro localización del Mpio. de Huandacareo
 - Vialidad y transporte
 - Infraestructura básica
 - Equipamiento urbano
 - El centro de población
 - Aspectos geográficos
 - El clima
- 5.3.- Conclusión

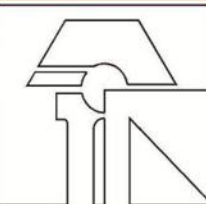
Físico

Geográfico



Físico

Geográfico



CLIMA

En el 54.5% del estado el clima es cálido subhúmedo, localizado en la planicie costera del pacífico y Sierra Madre del Sur, el 29% templado subhúmedo en eje Neovolcánico, 15% seco y semiseco, localizado en las partes bajas y medias de la depresión del Balsas y Tepalcatepec, 1 % templado húmedo y el 0.5% cálido húmedo se presentan regiones altas de eje Neovolcánico.

La temperatura media anual es de 20°C, las temperaturas más baja se presentan en el mes de enero es alrededor de **8°C** la temperatura máxima promedio es de **31°C** y se presenta en los meses de abril y mayo.

Las lluvias se presentan durante el verano en los meses de junio a septiembre, la precipitación media del estado es de **850 mm** anuales.

Los climas cálido y templado subhúmedo de Michoacán favorecen el cultivo de aguacate, siendo este estado, el principal productor a nivel nacional.



EL FARO DE BUCERIAS COSTA DE MICHOACAN
http://www.mexplora.com/destinos_mexico/destino.php?id=5766



EL AGUACATE DE MICHOACAN
<http://www.google.com.mx/imgres?q=ZONA+AGUACATERA>

FLORA Y FAUNA

FLORA	
En la costa	Mangle, cocotero, huizache, pizón, cueramo y cuajote.
En las sierras	Pino, encino, oyamel y madroño.

FAUNA	
Marítima y de lagunas costeras	Pargo, robalo, mojarra, barrilete, tiburón, tortuga, langostino, caimán y aves, como garzas, gaviotas, pelícanos.
Laguna de Cuitzeo	Patos, garzas, pelicanos, gaviotas, güilota, charal, carpa, rana toro.
Lago de Pátzcuaro	Pescado blanco, chichicuiles, patos y ranas.
En las sierras y partes altas	Guajolote silvestre, codorniz pinta, gallareta, paloma de alas blancas y de collar, güilota, águila, búho, onza, jaguar venado y tlacuache.

Áreas Naturales Protegidas	
Parques nacionales	Rayón, Barranca del Cupatitzio, Insurgente José María Morelos y Pavón, Lago de Camécuaro, Pico de Tancitaro y Cerro de Garnica
Reserva de la biosfera	Mariposa Monarca
Santuario	Playa Mexiquillo y Playa de Maruata y Colola

http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=16



<http://www.google.com.mx/imgres?q=MANGLE>



TORTUGA MARINA

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html



MARIPOSA MONARCA,

http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/otros_lugares.html

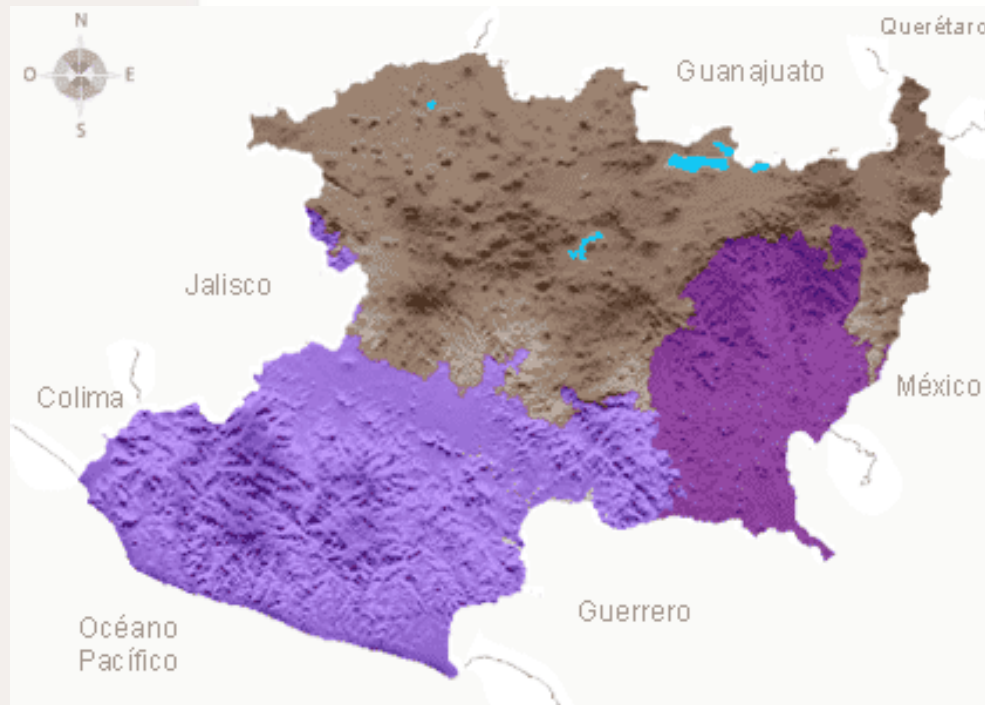
PAISAJE, RELIEVE

La superficie estatal forma parte de las provincias: Sierra Madre del Sur y Eje Neovolcánico.

Desde el inicio de la zona costera ubicada en el suroeste hacia el nororiente, predominan las sierras con elevaciones como cerro La Bufa con 2 600 metro sobre el nivel del mar (msnm) y cerro La Magueyera con 2 120 msnm, conformadas por rocas sedimentarias (se forman en las playas, los ríos y océanos y en donde se acumulen la arena y barro), ígneas (la roca derretida se enfría y se solidifica) y metamórficas (han sufrido cambios por la presión y las altas temperaturas), interrumpidas por una llanura en donde se encuentra Apatzingán de la Constitución, que cuenta con algunas zonas bajas representadas por lomeríos y valles; en uno de ellos se construyó la presa Infiernillo.

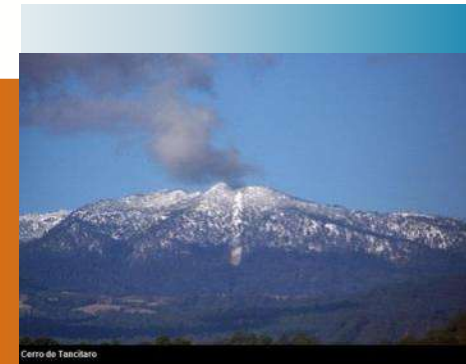
Continuando hacia el nororiente existe la presencia de sierras, lomeríos y sierras de origen volcánico, con pequeñas llanuras y valles, en esta zona las elevaciones llegan a 3 840 msnm como el Volcán Tancitaro o el Volcán Parícutín con 2 800 msnm.

En general, Michoacán se caracteriza por un paisaje montañoso con una longitud máxima de 3,842m localizada en Tancitaro. Sin embargo, dispone de gran riqueza de atractivos como cascadas, lagunas, balnearios y playas entre otros muchos.

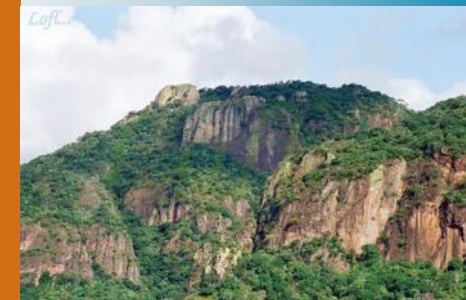


http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=16

- Eje Neovolcánico
- Sierra Madre del Sur
- Depresión del Balsas



EL CERRO DE TANCITARO MICH,
<http://www.google.com.mx/imgres?q=CERRO+TANCITARO+MICHOACAN>



EL CERRO DE LA BUFETA PETACALA MICH.
<http://www.tripmondo.com/mexico/michoacan/el-caulote/picture-gallery-of-el-caulote/>

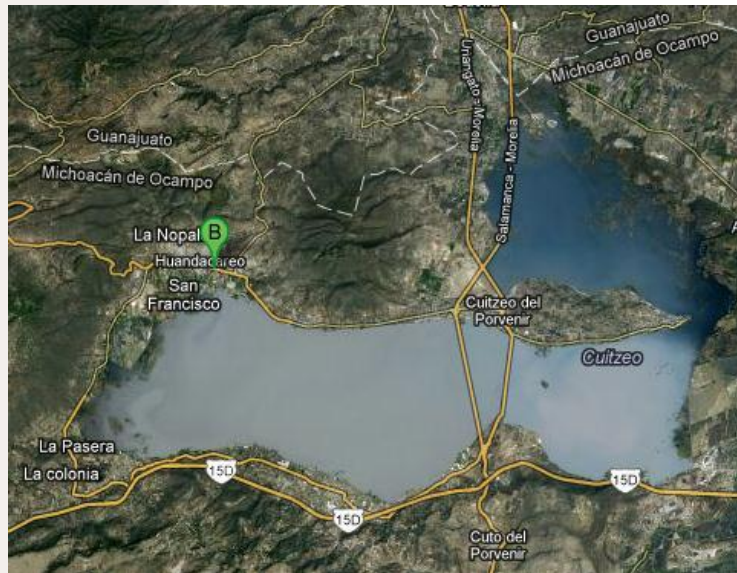


CHORROS DEL VARAL MICH.
<http://www.tripmondo.com/mexico/michoacan/el-caulote/picture-gallery-of-el-caulote/>

Infraestructura básica

Carreteras

La red carretera del Estado es una de las más vastas del país. Está construida por 12,832.1km de caminos, facilitando la intercomunicación fluida y rápida. Aproximadamente a unos 18 km de Huandacareo pasa la carretera de cuota Guadalajara – México - Puebla, Lázaro Cárdenas - Morelia – Salamanca Gto., que a su vez conectan con Salamanca – León y Salamanca – Querétaro.



Ferrocarriles

Michoacán cuenta en la actualidad con 1,284km de vías. Sus rutas más importantes son el tramo de Corondiro - las truchas, que comunica al puerto de Lázaro Cárdenas con la ruta Apatzingán - México y la ruta entre la ciudad de México – Morelia - Uruapan.

Comunicación aérea.

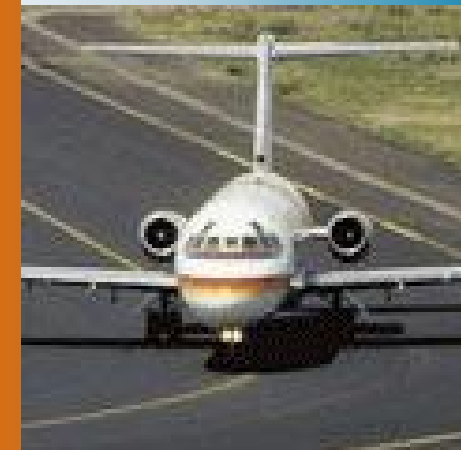
Los principales aeropuertos en la entidad son los de Uruapan, Morelia, y Lázaro Cárdenas. Además de 49 aeropistas. Las líneas aéreas que cubren este servicio son: Volaris, Mexicana de Aviación, Aeroméxico y Interjet.



<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/territorio/relieve.aspx?tema=me&e=16>

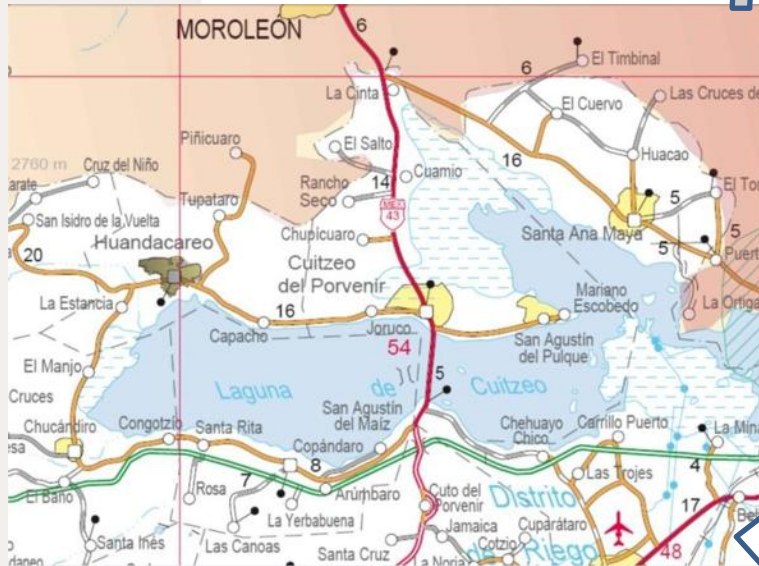


<http://www.google.com.mx/imgres?q=ferrocarriles>

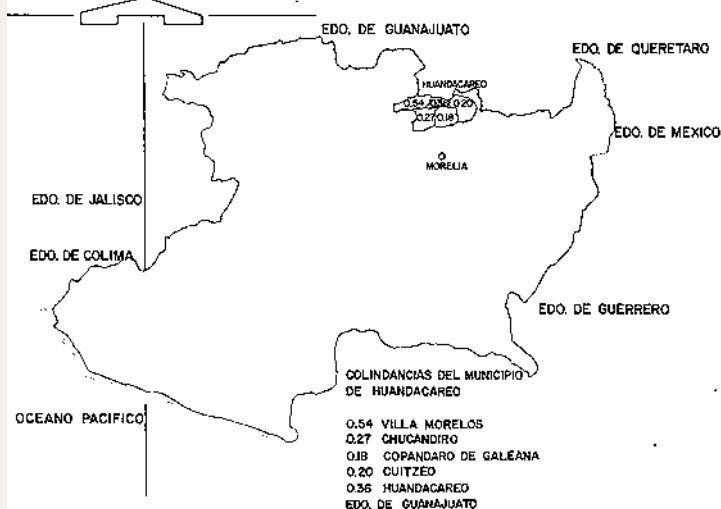


14 Ayllón Teresa y Lorenzo Isabel, "Geografía de México", Edi.Trillas 1993 México, Págs. 62 y 69.

5.2.- Características generales del municipio de Huandacareo



SITUACION FISICO-POLITICA DEL MUNICIPIO DE HUANDACAREO



MUNICIPIO DE HUANDACAREO LOCALIZACION DE SU CABECERA



DIBUJOS HECHOS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

5.2.0.-MACROLOCALIZACIÓN DEL MPIO DE HUANDACAREO VIALIDAD Y TRANSPORTE

Accesos carreteros a la población:

A la localidad de Huandacareo se puede acceder desde Cuitzeo por el oriente, por la carretera estatal N° 38, a esta se entronca la carretera que baja desde el norte, desde el Estado de Guanajuato, atravesando las localidades de Tupataro y Tupatarillo; ambas carreteras recientemente reconstruidas, por el poniente desde Villa Morelos, por la carretera estatal N° 27 a la cual se entronca la carretera que viene desde Chucandiro. Todas estas carreteras se encuentran en buenas condiciones de conservación, requiriendo un revestimiento

http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=16



FALTA DE SEÑALAMIENTOS ACCESO PRINCIPAL CARR. HUANDACAREO - MORELON

H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

general, principalmente la que comunica a Villa Morelos que son las de mayor tráfico.

Distancia en kilómetros: La localidad de Huandacareo se encuentra ubicada en relación a los centros urbanos más inmediatos de la siguiente manera. De Huandacareo a: Cuitzeo – 17.70 kms. Villa Morelos – 19.00 Kms. Chucandiro – 13.20 Kms. Morelia – 50.00 Kms.

Así mismo, la distancia a las comunidades que se encuentran inmersas dentro del ámbito de aplicación del programa es la siguiente. De Huandacareo a: La Estancia – 3.85 Kms. San José Cuaro – 3.02 Kms. Tupatarillo – 4.20 Kms.

La red carretera es basta para la población, facilita la intercomunicación rápida y fluida tanto para sus habitantes como para los visitantes.

Señalamientos, nomenclatura y estacionamientos de servicio público:

En la localidad de Huandacareo existen pocos señalamientos siendo estos principalmente los destinados al cruce de peatones y a las restricciones de velocidad. Las calles en su totalidad cuentan con nomenclatura y no existen estacionamientos de servicio público. Los servicios de transporte urbano, como son taxis y combis se concentran en la vía pública, en diferentes puntos de la Localidad y el transporte foráneo, cuenta con un apeadero sobre la carretera N° 27, en el cruce con la calzada Lázaro Cárdenas.

Transportes:

Existe una Terminal de autobuses de pasajeros, con una pequeña sala de espera y expedición de boletos.

En el sector transporte hay el transporte privado y el transporte público integrado por taxis, combis, microbuses y autobuses, cuyas principales rutas son:

- RUTAS FORANEAS:
- Huandacareo – Tupatarillo – Tupataro
- Huandacareo – Chucandiro
- Huandacareo – Cuitzeo
- Huandacareo – Puruandiro
- Huandacareo – San José Cuaro
- Morelia – Cuitzeo – Huandacareo – Puruandiro

Vialidad:

En cuanto a las vialidades estas se encuentran en buen estado, mencionando que están pavimentadas en un 95%. Las principales vialidades son la calle 8 de Enero, por la cual se accede al Municipio y es la que lo conecta con otros municipios vecinos tales como: Villa Morelos, Puruandiro, Chucandiro y Cuitzeo principalmente, la calle Hidalgo, la calle 16 de Septiembre y la calle Allende, por mencionar algunas.

La capacidad de las vialidades en el Municipio no es muy grande ya que podría decirse que un 30% de estas tienen una capacidad de dos carriles, uno es utilizado para transitar y el otro como aparcamiento, provocando con esto algunos congestionamientos



FALTA DE SEÑALAMIENTOS ACCESO PRINCIPAL
CARR. HUANDACAREO - CUITZEO



ESTACION DE TAXIS, FRENTE A LA PLAZA MPAL.



FOTOS 1, 2 Y 3 TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

DEL AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA
DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE
DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE
NOVIEMBRE DE 2008.

sobre todo en calles del centro. Cuando se estacionan los vehículos en la vía pública, ya sea para trasladarse a pie a otro sitio, para desarrollar una actividad diferente al tránsito vehicular o para realizar actividades de carga o descarga de un transporte que presta algún servicio, se provoca inmediatamente un taponamiento en la circulación de los demás vehículos restándole fluidez al tránsito de los mismos, esto se acrecienta en la localidad de Huandacareo debido a la sección tan reducida e irregular de las calles existentes.

Su cabecera municipal cuenta con todos los servicios de infraestructura tales como: agua potable, alumbrado y energía eléctrica, alcantarillado, teléfono y televisión por cable, en cuanto a sus calles están pavimentadas casi en su totalidad, con excepción de las nuevas colonias recientemente urbanizadas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

Agua Potable: foto.- 1 Oficinas del Sistema de Agua Potable y Alcantarillado Municipal

El servicio de agua potable en la localidad de Huandacareo se encuentra cubierto en un 100% ya que todas las viviendas cuentan con dicho servicio. Para satisfacer esta demanda, la localidad de Huandacareo, cuenta con agua en los manantiales de San Cristóbal, extrayendo un gasto actual de 60 lts. /seg., además de contarse con el pozo 5 de Febrero del cual se extraen aproximadamente 60 lts. /seg., seguido por el pozo del Frac. La Nopalera con una extracción de 36 lts/seg, el pozo Cuauhtémoc del cual se extraen también 36 lts. /seg. Y el pozo del Jardín Principal con 16 lts. /seg.

Estas fuentes de extracción sirven para abastecer de agua potable a la localidad de Huandacareo y a la de San Cristóbal, ya que las demás localidades (Capacho, San José Cuaro, Tupatarillo, Tupataro y La Estancia), cuentan con fuentes propias de abastecimiento.

Drenajes:

En la localidad de Huandacareo, el servicio de drenaje que presta el municipio está cubierto al 100 %, teniendo descargas domiciliarias conectadas a la red municipal. Esta red municipal desgraciadamente vierte las aguas servidas al lago de Cuitzeo, sin ningún tratamiento previo.

En la administración saliente se acaba de construir una planta tratadora de aguas residuales la cual no está aún en funcionamiento, por causas ajenas al ayuntamiento más bien la empresa constructora no ha terminado la obra ni ha hecho entrega recepción de la misma.

Pavimentos: foto.- 2

El servicio de pavimentación en el Municipio está cubierto en un 95%, faltando algunas calles que aún no han sido urbanizadas, de Dicho porcentaje un 80% está compuesto de concreto hidráulico y un 20% de pavimento asfáltico.

EQUIPAMIENTO URBANO

Educación: foto.- 3 Esc. Prim. Fed. Jose María Morelos

En el área de estudio, 8 escuelas de nivel preescolar, 7 escuelas primarias, 2 escuelas secundarias, una tele secundaria, una preparatoria por cooperación y un CECYTEM., los cuales atienden a una población global de 2151 alumnos.

H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

F -1



F -2



F -3



FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE
15 – MAYO - 2012

Cultura: foto.- 1

Una Casa de la cultura y una Biblioteca pública municipal.

Salud: foto.- 2

Una Clínica de medicina familiar y un Centro de rehabilitación infantil y tres clínicas privadas.

Clínicas de Medicina Familiar

En Huandacareo existe una Clínica de Medicina Familiar la cual cuenta con tres habitaciones para hospitalización.

ASISTENCIA SOCIAL:

Un DIF: el cual atiende principalmente a mujeres y niños menores de edad.

Un INSEN: foto.- 3

Que les da atención a los adultos mayores de 60 años.

Un velatorio particular.

Comercio: Un Tianguis y una Tienda comunitaria

Abasto: Un rastro municipal donde secuestran bovino/porcino y un particular para el secuestro de cerdos.

Comunicaciones: Una sucursal de correos, una Unidad remota de líneas telefónicas y una empresa privada de tele cable (mega cable)

Recreación:

La localidad cuenta con una plaza cívica, un parque con Juegos infantiles, dos jardines vecinales, tres Plazas de toros y seis Balnearios. Estos últimos además de dar servicio a los habitantes del municipio, atraen una gran cantidad de visitantes a la cabecera municipal, principalmente los fines de semana y los días festivos.

Deporte: foto.- 4

En lo que a deporte se refiere la localidad de Huandacareo tiene 2 unidades deportivas.

La primera Unidad Deportiva “5 de Febrero” cuenta con 2 canchas de Básquetbol, 2 de Voleibol y una de Fútbol, la cual se usa provisionalmente para Béisbol. El área de Fútbol así como la de Básquetbol cuenta con gradas las cuales están inconclusas. Otra es la Unidad Deportiva s/n, ubicada sobre la calle Hidalgo Poniente a un lado de la Secundaria “Cuitláhuac”, estando esta inconclusa. Formada por 2 canchas de básquetbol y una de fútbol.

H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE,
PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

F -1



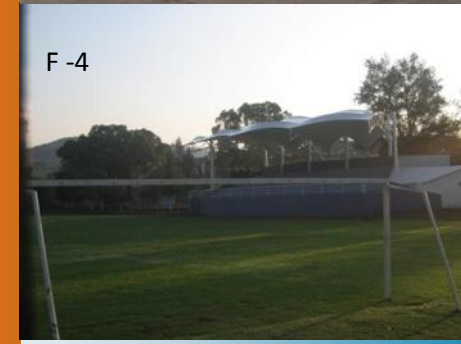
F -2



F -3



F -4



FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE

Administración Pública:

Un palacio municipal. Foto.- 1

Servicios Urbanos:

Un cementerio, dos Gasolineras y servicio de transporte público. En la actualidad está en construcción un cementerio particular, y el cementerio municipal (foto.- 2) requiere una ampliación.

EL CENTRO DE POBLACIÓN.

En la localidad de Huandacareo, la imagen urbana se ha modificado de manera sustancial con la introducción de nuevos materiales de construcción, existiendo únicamente el centro urbano de la cabecera municipal como un hito destacado, el cual está formado por la iglesia del Sr. Del Amparo (foto.- 3) y la iglesia de San Jerónimo, la plaza de armas o cívica (foto.- 4), los portales que rodean a la misma, la presidencia municipal y algunas viviendas particulares que aún conservan su estado original.

La tipología de la construcción en las viviendas, es representativa del bajío, con muros de adobe enjarrados con el mismo material y pintura a base de cal, marcos de puertas y ventanas hechas de cantera, techumbres de morillos, fajillas de madera medianamente trabajadas y teja de barro rojo recocido como cubierta final, con una inclinación al interior de las viviendas, a manera de “impluvium”, para de esta manera captar el agua de lluvia.

Generalmente las construcciones de piedra (cantera en la mayoría de los casos para esta zona) y techumbres envigadas, eran las más importantes, como los cascos de hacienda, las iglesias, las alcaldías, etc. En la iglesia, existe una cruz atrial en buen estado de conservación.

Así mismo, destaca la zona arqueológica (foto.- 5) que aunque algo alejada del centro de la localidad y poco explorada, reviste singular importancia, ya que denota que la región ha sido benévola para los asentamientos humanos desde tiempos Precolombinos. La construcción de este centro ceremonial se calcula hacia 1200 años d. C. y funcionó hasta que en 1536 los españoles conquistaron al pueblo tarasco (Sic.)

F-5

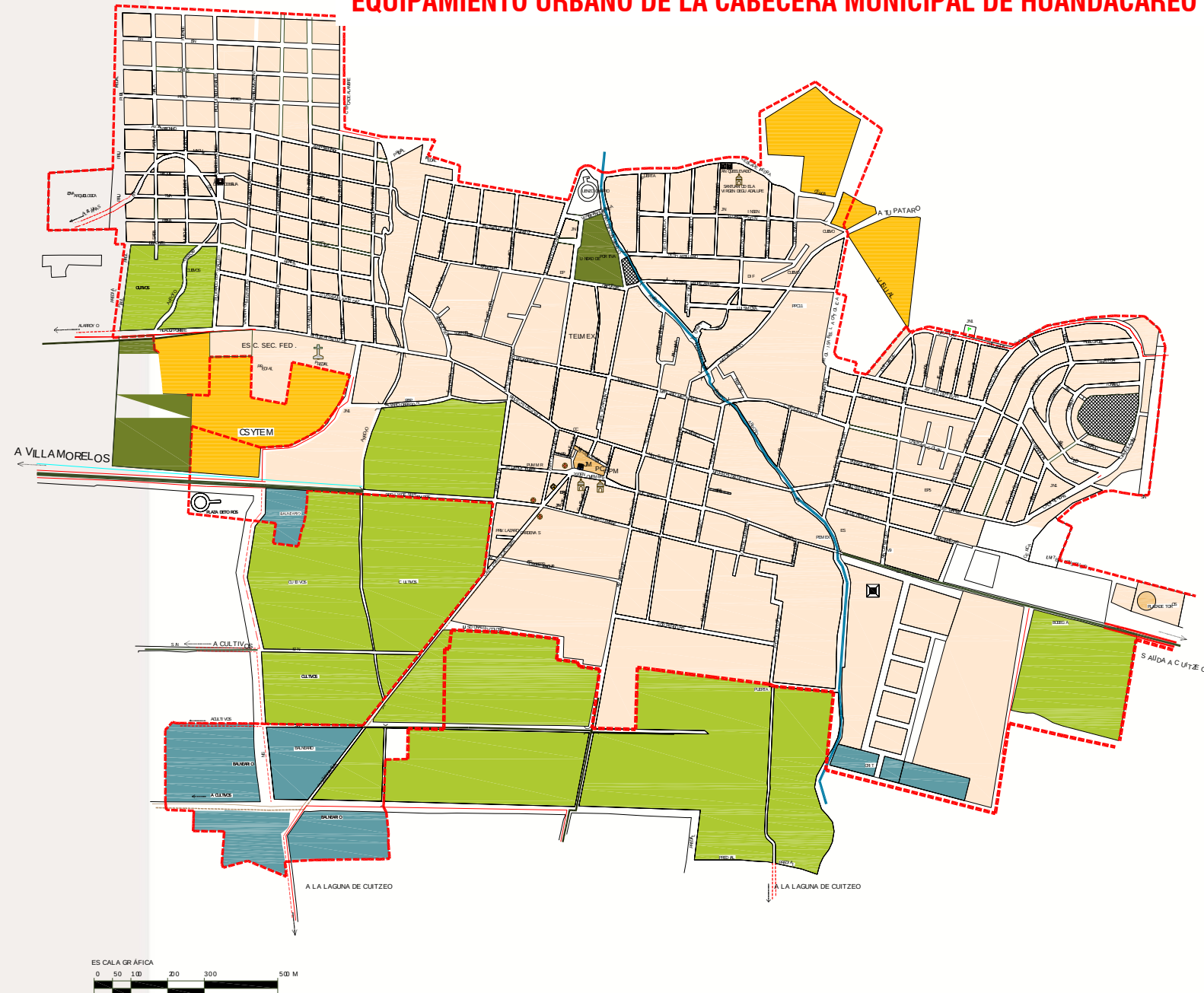


H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.



FOTOS TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE
15 / MAYO / 2012

EQUIPAMIENTO URBANO DE LA CABECERA MUNICIPAL DE HUANDACAREO



SIMBOLOGÍA

	VIALIDADES DE ACCESO
	LÍMITE DE ÁREA SUBURBANA
	ARROYO EXISTENTE
	USO_ACT_SUELO (AREA URBANIZADA)
	USO_ACT_SUELO (AREA NO URBANIZADA)
	ÁREA DE CULTIVO
	ÁREA DE ESPARCIMIENTO
	ÁREA DE BALNEARIOS
	ESCUELA PRIMARIA
	JARDÍN DE NIÑOS
	PRESIDENCIA MUNICIPAL
	JARDÍN MUNICIPAL
	CASA DE LA CULTURA
	IGLESIA
	PANTEÓN MUNICIPAL
	SALUD
	CUERPO DE RESCATE
	ESCUELA SECUNDARIA
	TANQUE ELEVADO
	TANQUE ELEVADO
	INSEN
	CSYTEM
	ESC. SEC. FED.
	TELMEX
	BASE DE TAXIS
	BASE DE TRANSPORTE COLECTIVO

EL AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARÍA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

ASPECTOS GEOGRÁFICOS

Se encuentra en la región norte del estado a los 19 grados 57'30'' de latitud norte y a los 101 grados 16'0'' de longitud oeste, con una extensión territorial de 130.200 km², limita al norte con el estado de Guanajuato, al sur con los municipios de Chucandiro y Copandaro, al este con el municipio de Cuitzeo.

Su distancia a la capital del Estado es de 48 Km. El municipio de Huandacareo pertenece a la región 3 del Estado, es uno de los más pequeños de Michoacán; cuenta con una superficie de 95.11km²

Actualmente está integrado Huandacareo de 1 tenencia y 6 comunidades que son: Capacho, San Jose Cuaro, Tupataro, Tupatarillo, La Estancia, San Cristóbal y Llano Grande, y la cabecera municipal en Huandacareo.

El asentamiento humano más importante se localiza en su cabecera municipal, donde encontramos innumerables depósitos de aguas termales que dan origen a sus ya conocidos balnearios.

Clima

Su clima es bastante agradable con temperaturas que oscilan durante el año desde el mínimo de uno o dos grados hasta un máximo de 39.5 grados, lo cual favorece bastante a los balnearios, a los cuales llegan turistas en el transcurso de todo el año.

La precipitación pluvial difiere a lo largo del año registrando desde un mínimo de 2.48mm en el mes de febrero, hasta un máximo de 154.20mm en el mes de agosto. Las heladas y granizadas son realmente escasas.

Orografía

Los suelos del municipio datan de los períodos cenozoico, cuaternario, terciario y mioceno, Su relieve lo constituyen la depresión de Cuitzeo, los cerros de "Campanas", "Coronilla", "Encinas", "Amoles" y Manuna que es el más inmediato a la localidad y significa (Gemelo de la tarde) con 2300 metros de altura.

Geología

En el área de estudio, se encuentran principalmente rocas del tipo basáltico en la parte norte de la localidad; al oriente, toba reolítica, ígneas extrusivas ácidas y rocas ígneas; al poniente rocas ígneas extrusivas ácidas, rocas ígneas y al sur, se encuentra suelo aluvial. Al norte y al poniente se encuentran una serie de fracturas que dificultan o restringen los asentamientos humanos en todas sus expresiones.

Suelo: chernozem, feozem, gleyico, hapilco, calcario, cromico y pelico.

Geología: aluvión, toba riolítica, ígnea extrusiva.



<http://www.google.com.mx/imgres?q=CERRO+DE+MANUNA+CUITZEO>



FOTOS 2 Y 3 TOMADAS POR ALFONSO CAHUE CAHUE : DE LAS DIFERENTES TIPOS DE ROCAS EN HUANDACAREO.



H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

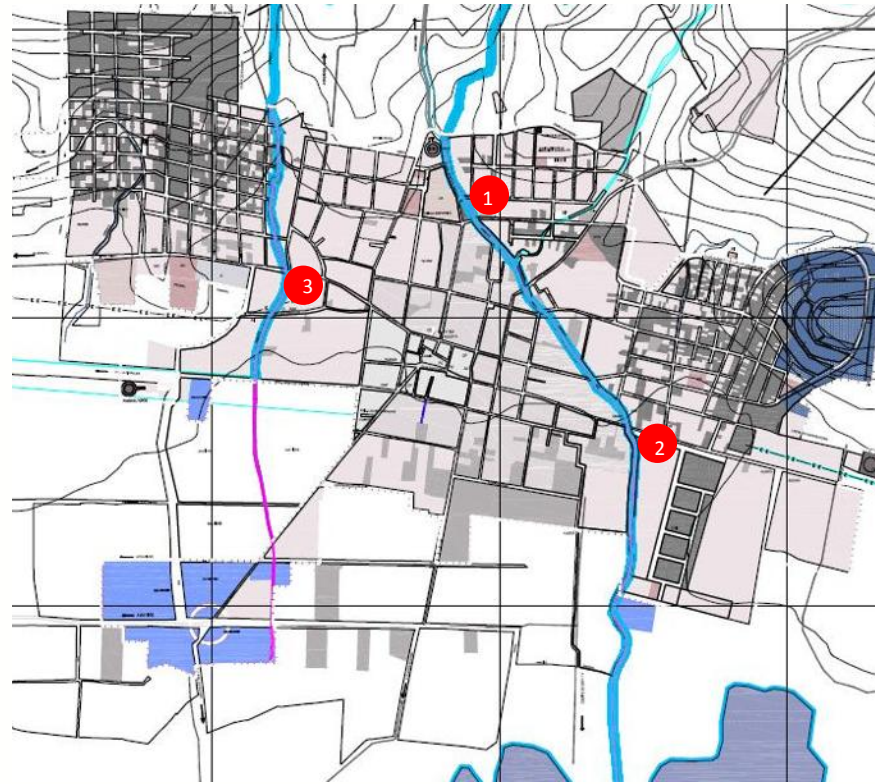
Hidrografía

El municipio se encuentra dentro un conjunto de recursos hidrológicos que conforman la cuenca del lago de Cuitzeo, la cual está a su vez se ubicada en la región hidrográfica No. 12 (RH 12) conocida como Lerma-Santiago. Cual comprende la cuenca (G) Lago de Pátzcuaro-Cuitzeo y Lago de Yuriria.

Otras fuentes que conforman la hidrografía del municipio pertenece a los arroyos de temporal, es decir que solo conducen agua durante el temporal de lluvias dichos arroyos son: "El Colorado" y "Blanco", y una gran cantidad de escurrimientos intermitentes que aportan agua al lago. También existe una gran cantidad de aguas termales en el subsuelo, las cuales se aprovechan en la actualidad en varios balnearios, los que se ubican principalmente al sur – poniente de la localidad, y por último la presa de san Cristóbal ubicada en una de las localidades del municipio.

Lago de Cuitzeo

Es una cuenca naturalmente cerrada que, sin embargo, se puede considerar también, como una subcuenta del sistema del río Lerma y una de las principales fuentes de



H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.

agua del municipio. Este lago es una unidad hidrológica con una superficie de 4026 km² la cuenca está localizada en el sistema Volcánico Transversal entre los 19°30' y 20°05' latitud Norte y 100°35' y 101°30' longitud Oeste. El lago, está alimentado por 2 corrientes principales: El río Grande de Morelia y el Río Querendaro, sus escurrimientos medios anuales vírgenes alcanzan 332 millones de m³, sin embargo por las obras de aprovechamiento existentes, se reduce a 185 millones de m³, también recibe otras aportaciones de otras corrientes pequeñas como los arroyos Caracheo y Colorado este último proveniente de la comunidad de Huandacareo.

LAGO DE CUITZEO PRINCIPAL FUENTE HIDROLOGICA DE LA REGION, FOTO ALFONSO CAHE CAHUE (AGOSTO DEL 2010)

Imagen 40.- Plano de Fuentes Hidrográficas en Huandacareo, este plano muestra la localización de cada una de los cuerpos de agua y escurrideros de temporal existentes en la localidad, así como la posición del lago de Cuitzeo con respecto a la del municipio.: Foto 1, 2, : Arroyo Blanco Foto 3: Arroyo Colorado: Foto: Joel Cisneros (Abril 2009)

FOTO 1



FOTO 2



FOTO 3



Flora

En el municipio predomina la vegetación de pradera, huizache, nopal, mezquite, maguey, uña de gato, y diversos matorrales, Así como bosques de encino, palo blanco, pirul, sauce, también en la zona de balnearios podemos encontrar algunos eucaliptos y fresnos, Así mismo, existen algunas áreas de cultivo, en la parte alta, al norte de la localidad se encuentran áreas de cultivo de temporal, preferentemente maíz de ladera y en la parte baja, al sur de la localidad, se encuentran algunas áreas de cultivo de riego y huertas. Cabe mencionar que la mayor parte del territorio de Huandacareo está destinado a la agricultura.

Fauna

La fauna del municipio la conforman pequeños mamíferos, como el tlacuache, conejo, zorrillo, tejón, ardilla, onza, coyote, armadillo y aves como pato, tórtola, garza, gallareta, urraca, tordo, cerceta, reptiles y roedores, rana toro, carpa y charal.

Topografía

La topografía del municipio de Huandacareo, presenta pendientes que van del 0 al 2 %; se ubican en la ribera del lago de Cuitzeo, al sur - oeste de la población y representan un 27.00 % del área de estudio contando con una área de 6,943,595.5826 m²; del 2 al 15 % en la franja central, que es donde se asienta la localidad, y representa un 47.60 % del área total de estudio, y una área de 13,315,197.4296 m², estas áreas facilitan la introducción de servicios, tienen alta susceptibilidad a la erosión por lo que para uso urbano se deberá mejorar el terreno, son fácilmente manejables por medios manuales o maquinaria ligera; del 15 % o más, al norte del municipio y representa un 26.00 % del área de estudio.

Subsuelo

En el municipio se encuentran innumerables betas de agua termal, pero mayormente en la zona de balnearios.



H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIRNTE,
PLAN DE DESARROLLO URBANO DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008.



VEGETACION DE PRADERA



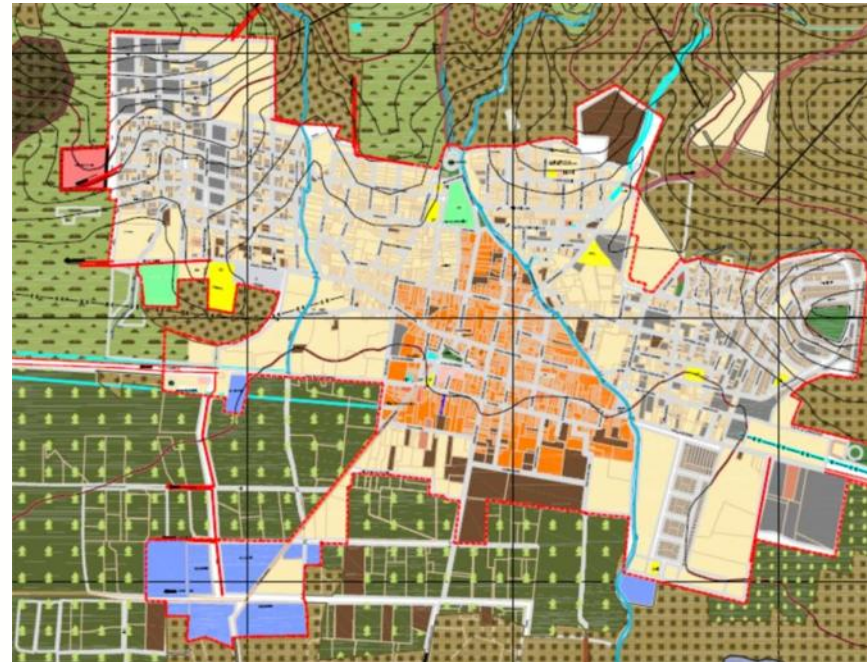
HUIZACHE Y DIVERSOS MATORRALES



ARBOL DE ENCINO HUANDACAREO

LAS FOTOS MUESTRAN LOS DIFERENTES TIPOS
DE FLORA EXISTE EN EL MUNICIPIO FOTOS
ALFONSO CAHUE CAHUE (MAYO 2012)

La localidad de Huandacareo, cuenta en la actualidad con una superficie de área urbana de 365 - 58 - 34.1450 Has. El uso del suelo en el núcleo urbano, está formado principalmente por lotes urbanos para vivienda y comercio mezclada con la prestación de servicios y el equipamiento, con una superficie aproximada de 400.00 M.²; en los fraccionamientos creados a partir de 1980, la superficie es de 300.00 M.² en promedio. Pero aún se encuentran algunas granjas dentro de la mancha urbana, las cuales le dieron auge económico a la localidad. Prácticamente no existe industria en la localidad, salvo una pequeña fábrica de alimentos balanceados,



H AYUNTAMIENTO DE HUANDACAREO
SECRETARIA DE URBANISMO Y MEDIO
AMBIENTE, PLAN DE DESARROLLO URBANO
DE HUANDACAREO, 10 DE NOVIEMBRE DE
2008.

DISTRIBUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE ESPACIOS ABIERTOS.

En la localidad, existen como espacios abiertos de uso público, la plaza de armas, la cual se encuentra en el centro de la misma y dos unidades deportivas. Hasta el momento no hay zonas que se puedan considerar con cambio de uso del suelo, salvo la zona de los balnearios, que de un área agrícola, ha pasado a ser un área recreativa.

ZONAS CON USOS INCOMPATIBLES.

Al sur de la localidad, está la zona donde se desarrollaron las granjas porcícolas, las cuales en su momento estaban inmersas o dentro de una zona eminentemente agrícola, pero que con el tiempo, al crecer la mancha urbana, estas han quedado inmediatas o en algunos casos, insertas en esta. También existen algunas granjas que se generaron al interior de la localidad y que desde su origen han estado dentro del área urbana. Estos espacios son incompatibles con la actividad urbana; que no han generado una problemática mayor debido a que su nivel de producción se ha visto restringido por la recesión económica que ha afectado a esta actividad productiva en la localidad

EL CLIMA

El Clima es uno de los factores del medio geográfico que más influye en todas la manifestaciones de la vida en el planeta y en la forma de vida de la población humana y de sus edificaciones, y lo podemos definir como un conjunto de fenómenos Meteorológicos que determinan el estado medio atmosférico de un lugar”. Estos elementos atmosféricos son: la temperatura, los vientos, asoleamiento, precipitación pluvial y humedad

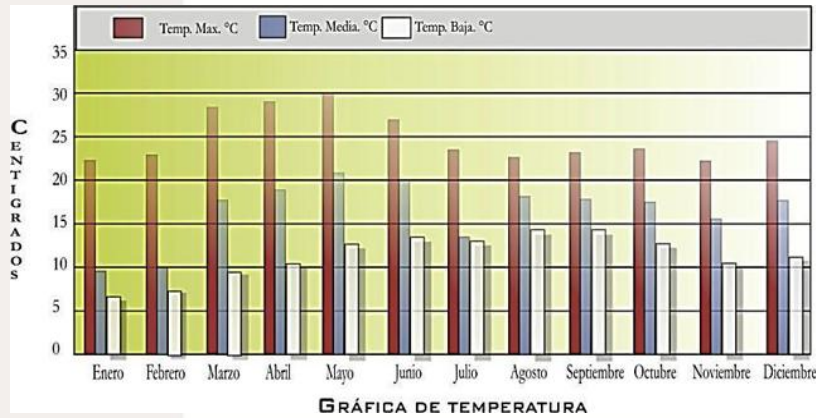
EL CLIMA EN HUANDACAREO

La distribución climática en Michoacán, como en gran parte del país, está estrechamente relacionada a tres factores geográficos que son: los contrastes altimétricos del relieve; la presencia de una serie de cadenas montañosas que se alinean paralelas a la costa y que actúan como barreras orográficas; por último su cercanía al mar, la cual se deja sentir en forma de vientos húmedos que penetran al continente y provocan abundantes precipitaciones, aunque se presentan climas secos, semisecos y templados relativamente húmedos, el régimen predominante es el subhúmedo, el clima predominante es el subhúmedo con lluvias en verano y una estación invernal seca bien definida.

TEMPERATURAS

En el área de estudio, este es del tipo húmedo, con lluvias en verano con una temperatura promedio de 18º C, que oscilan de 12.4 a 27.7 grados Celsius y con una precipitación pluvial anual de 965.0 milímetros, su mes más cálido es en mayo. A continuación se presentan las gráficas y tablas de los aspectos climatológicos que determinan el medio ambiente de Huandacareo Mich.

En la gráfica siguientes muestra la temperatura en la localidad de Huandacareo en cada uno de las temporadas del año mostrando la temperatura Máxima, Media, y Baja, dando como conclusión que la época más calurosa del año es durante los meses de Abril y Mayo, y la las más bajas son las de Enero y Diciembre.



Mes	Temp. Max. Cº	Temp. Media °C	Temp. Baja °C
Enero	22.5	14.5	7
Febrero	23	15	7.5
Marzo	28	17.5	9.5
Abril	28.6	18.9	10.7
Mayo	30.1	20.5	12.9
Junio	26.9	19.9	13.5
Julio	23.6	13.6	14.2
Agosto	23	17.9	14.3
Septiembre	23.2	17.8	14.4
Octubre	23.3	17	12.7
Noviembre	22.6	15.7	10.4
Diciembre	22.2	14.9	8.9



La foto muestra el clima predominante de Huandacareo es el subhúmedo con lluvias en verano y una estación invernal seca bien definida. Foto: Alfonso Cahue C (agosto 2011).

- 1.- valores de radiación solar diaria (q) es una superficie horizontal en el tope de la atmosfera (cal/cm2.día)
- 2. - número teórico de horas de brillo solar el 15 de cada mes.
- 3. - totales mensuales teóricos de horas de sol.
- 4. - porcentajes mensuales teóricos de horas de sol.
- 5. - horas de salida y puestas del sol y horas teóricas de insolación el día 15 de cada mes.

Mes	1	2	3	4	SALE	SE OCULTA	HORAS TEORICAS
Enero	655.40	10.90	338.97	7.72	6:33	17:27	10.54
Febrero	753.10	11.33	317.5	7.24	6:20	17:40	11.20
Marzo	847.80	11.87	368.53	8.40	6:04	17:56	11.52
Abril	923.80	12.47	374.10	8.53	5:46	18:14	12.28
Mayo	955.20	12.93	407.83	9.29	5:32	18:28	12.56
Junio	962.90	13.20	395.93	9.02	5:24	18:36	13.12
Julio	957.80	13.10	405.57	9.24	5:27	18:33	13.06
Agosto	934.00	12.70	292.67	8.95	5:39	17:21	12.42
Septiembre	877.20	12.10	363.17	8.28	5:57	18:03	12.06
Octubre	787.5	11.53	357.10	8.14	6:14	17:46	11.32
Noviembre	685.20	11.03	331.17	7.55	6:29	17:31	11.02
Diciembre	628.80	10.80	335.23	7.64	6:36	17:24	10.48
Anual total			4,387.77	100%			
Máximos	962.90	13.20					
Mínimos	628.80	10.80					
Variación anual							

Estos datos corresponden a una latitud de 20 grados y la de Huandacareo es de 19 grados 59’30’’, solo existen 30’’ de diferencia. Centro meteorológico Morelia.

mes	días	horas
Enero	5 – 9	10.77
Enero	10 – 14	10.80
Enero	15 – 19	10.83
Enero	20 – 24	10.89

mes	días	horas
Julio	9 – 13	13.13
Julio	14 – 18	13.08
Julio	19 – 23	13.04
Julio	24 – 28	12.89

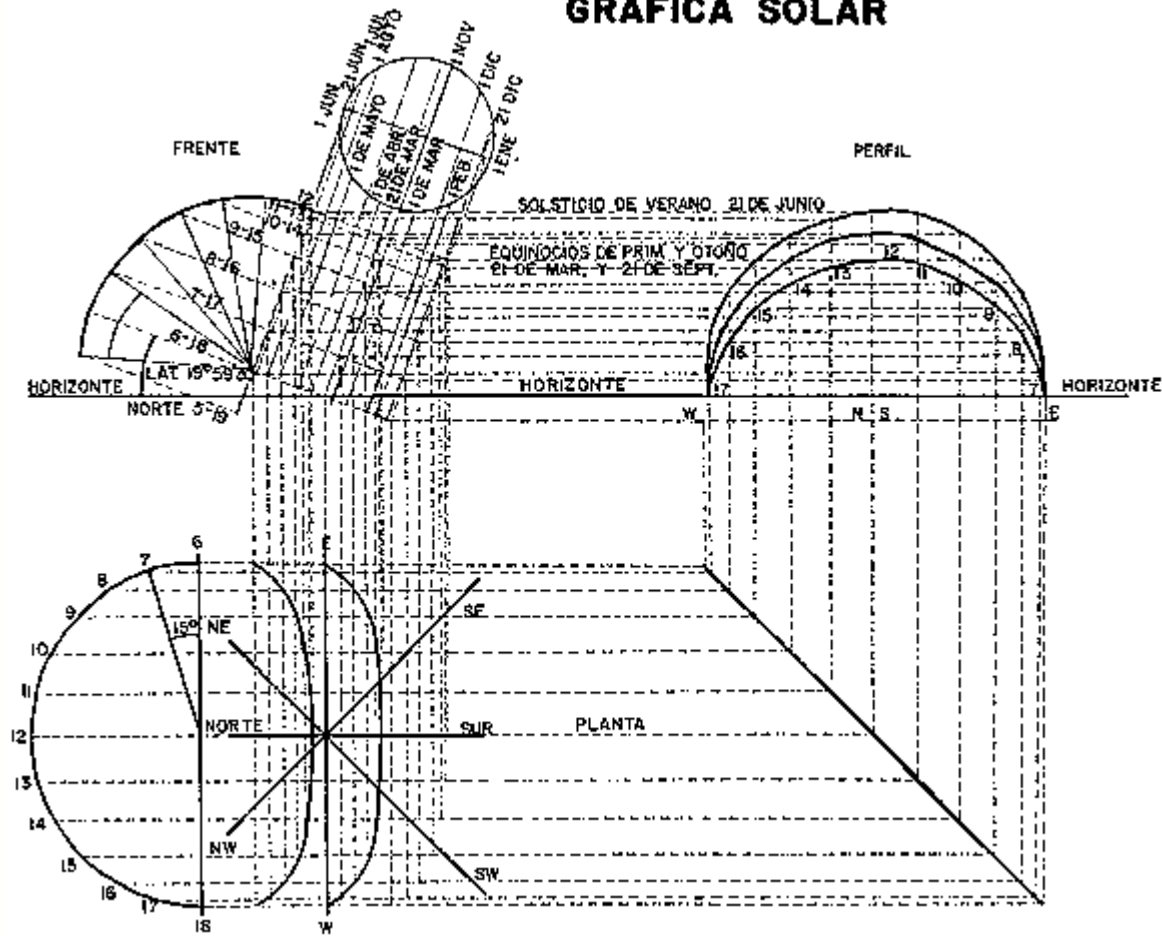
TABLAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEREOLÓGICO MORELIA

Enero	25 – 29	11.03	Julio - Agosto	29 – 2	12.83
Enero - Febrero	30 - 3	11.11	Agosto	3 – 7	12.76
Febrero	4 – 8	11.17	Agosto	8 – 12	12.70
Febrero	9 – 13	11.25	Agosto	13 – 17	12.62
Febrero	14 – 18	11.32	Agosto	18 – 22	12.55
Febrero	19 – 23	11.41	Agosto	23 – 27	12.46
Febrero	24 – 28	11.49	Agosto - Septiembre	28 – 1	12.38
Marzo	1 – 5	11.58	Septiembre	2 – 6	12.29
Marzo	6 – 10	11.65	Septiembre	7 – 11	12.21
Marzo	11 – 14	11.74	Septiembre	12 – 16	12.12
Marzo	16 – 20	11.83	Septiembre	17 – 21	12.04
Marzo	21 – 25	11.92	Septiembre	22 – 26	11.85
Marzo	26 – 30	12.11	Septiembre - Octubre	27 – 1	11.76
Marzo – Abril	31 – 4	12.20	Octubre	2 – 6	11.67
Abril	5 – 9	12.28	Octubre	7 – 11	11.58
Abril	10 – 14	12.37	Octubre	12 – 16	11.50
Abril	14 – 19	12.45	Octubre	17 - 21	11.41
Abril	20 – 24	12.53	Octubre	22 – 26	11.34
Abril	25 – 29	12.61	Octubre	27 – 31	11.26
Abril - Mayo	30 - 4	12.69	Noviembre	1 – 5	11.19
Mayo	5 – 9	12.78	Noviembre	6 – 10	11.11
Mayo	10 – 14	12.83	Noviembre	11 – 15	11.05
Mayo	15 – 19	12.88	Noviembre	16 – 20	10.90
Mayo	20 – 24	13.04	Noviembre	21 – 25	10.85
Mayo	25 – 29	13.08	Noviembre	26 – 30	10.80
Mayo - Junio	30 – 3	13.13	Diciembre	1 – 5	10.77
Junio	4 – 8	13.15	Diciembre	6 – 10	10.75
Junio	9 – 13	13.18	Diciembre	11 – 15	10.72
Junio	14 – 18	13.19	Diciembre	16 – 20	10.72
Junio	19 – 23	13.21	Diciembre	21 – 25	10.72
Junio	24 – 28	13.19	Diciembre	26 – 30	10.72
Junio - Julio	29 – 3	13.18	Diciembre - Enero	31 - 4	10.74
Julio	4 - 8	13.15			

Promedio teórico de horas-sol
cada 5 días a la latitud de 20
grados norte en el estado de
Michoacán de Ocampo.
Latitud 20 grados norte

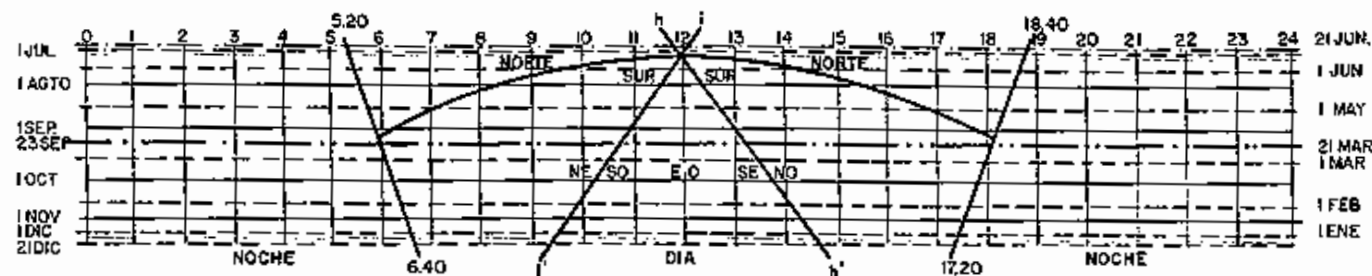
TABLAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEOROLOGICO MORELIA

GRAFICA SOLAR



ASOLEAMIENTO MENSUAL POR ORIENTACION

CAJA DE RAYOS

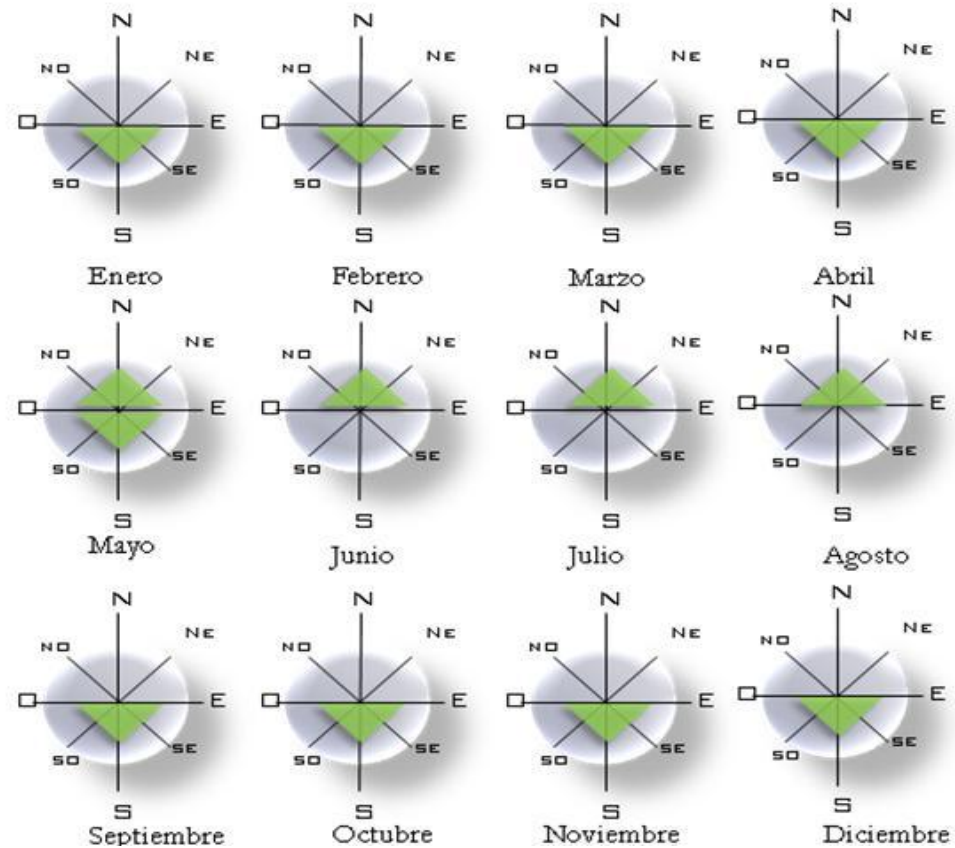
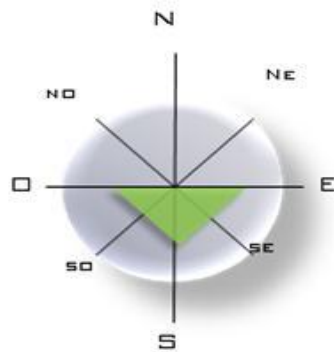


GRAFICAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEOROLOGICO MORELIA

arq UITECTURA

ASOLEAMIENTOS MENSUALES

La gráfica de asoleamiento de la derecha presenta la influencia de la incidencia solar de cada uno de los meses del año, teniendo como resultado el asoleamiento predominante que se manifiesta en el suroeste, sur, y sureste.



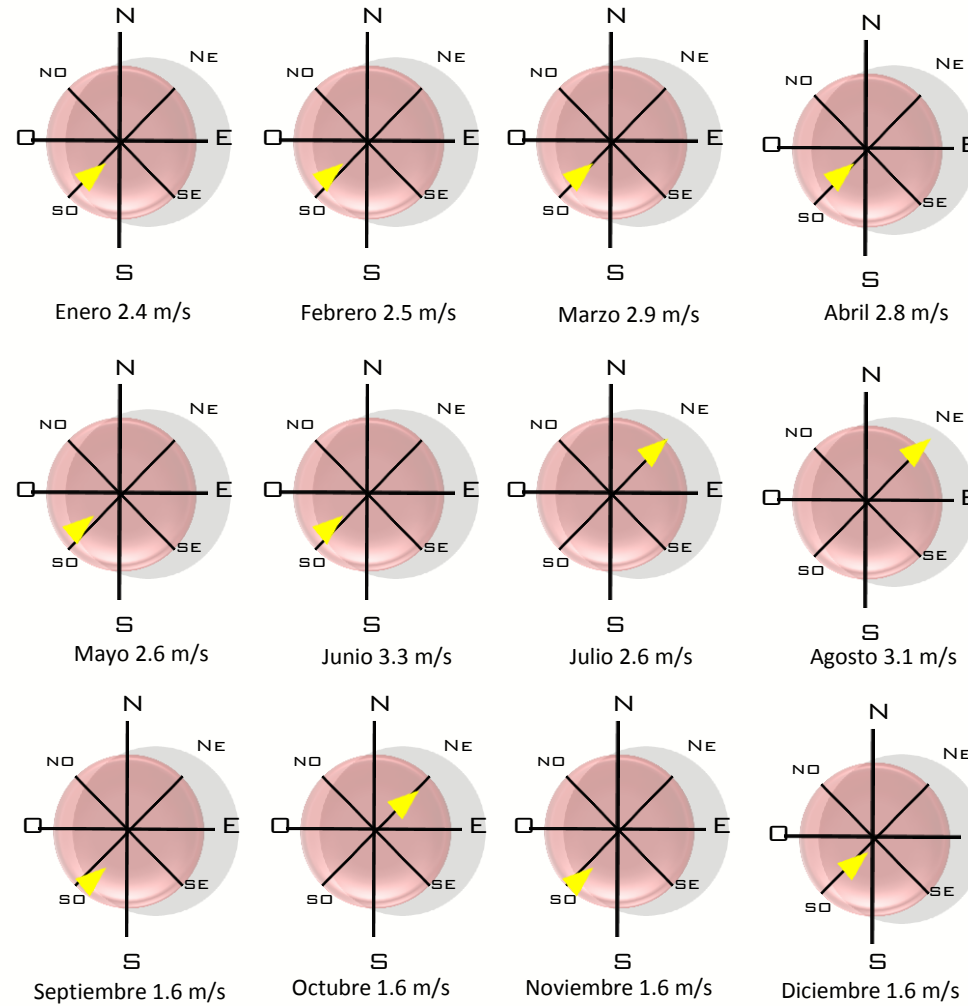
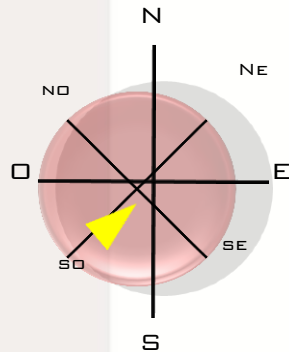
GRAFICAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEOROLOGICO MORELIA



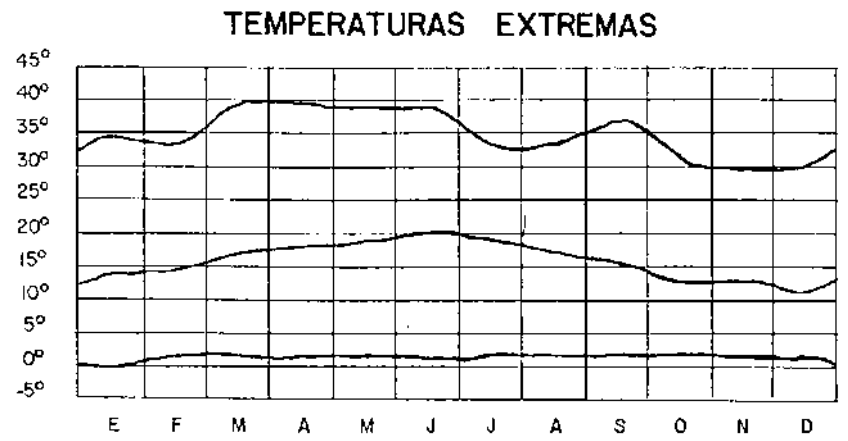
VIENTOS DOMINANTES

De acuerdo a la información del Centro Climatológico de Morelia Mich. Se presenta esquemas de la orientación de los vientos que influyen en cada mes del año en el Municipio de Huandacareo. De acuerdo a estas graficas los vientos que predominan durante el año, vienen del suroeste Hacia el Noreste.

Fuente: Centro Climatológico de Morelia Mich.



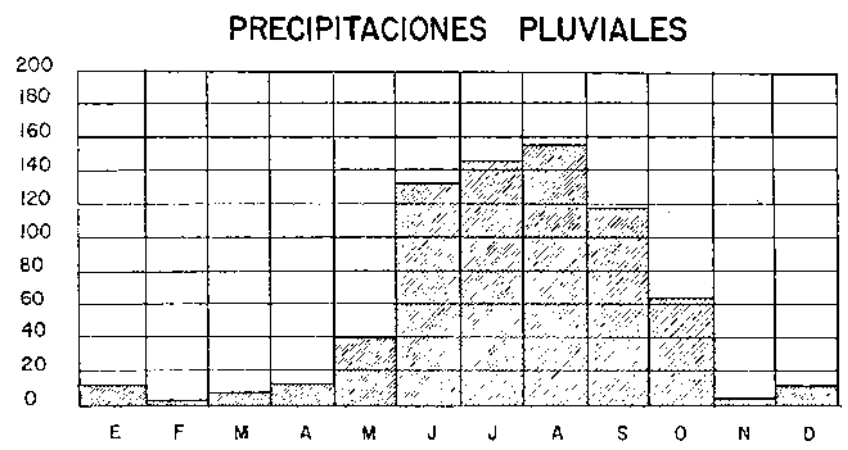
GRAFICAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEOROLOGICO MORELIA



TEMPERATURAS MAXIMAS
EXTREMAS

TEMPERATURAS MEDIAS

TEMPERATURAS MINIMAS
EXTREMAS



TOTAL DE PRECIPITACION PLUVIAL
ANUAL 696.86

TEMPERATURA MAXIMA 39.5 °C

TEMPERATURA MINIMA 0.00 °C

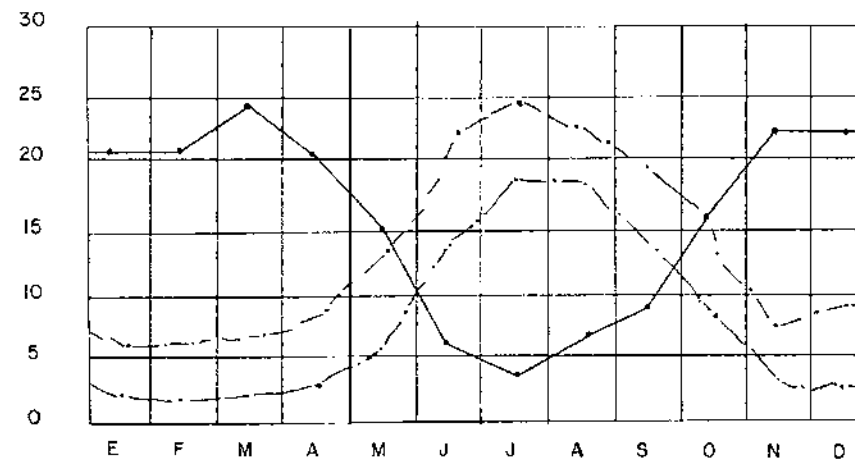
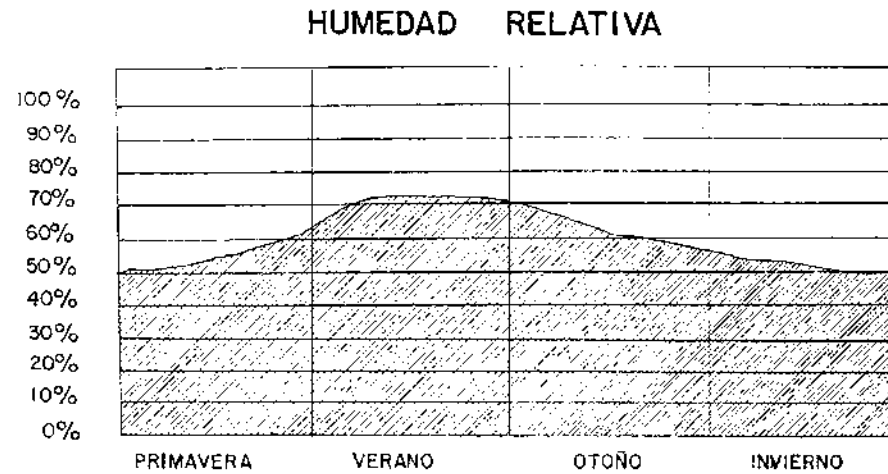
TEMPERATURA MEDIA 14.85 °C

MES DEL AÑO	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOT. EXT.
PRECIPITACION PLUVIAL	10.61	2.48	6.64	10.23	40.00	133.13	146.57	154.20	118.00	62.50	3.50	9.00	696.86
TEMPERATURA MAXIMA	34°	33°	39.5°	39°	38.5°	39°	34°	34°	37.5°	31°	30°	30°	39.5°
TEMPERATURA MINIMA	0.00°	2.00°	2.00°	2.00°	2.00°	1.5°	2.00°	2.00°	2.00°	2.00°	1.5°	1.5°	0.00°
TEMPERATURA MEDIA	13.99°	14.68°	17.13°	18.03°	19.03°	20.00°	19.00°	17.13°	15.64°	13.76°	13.83°	11.46°	14.85°

CENTRO METEREOLÓGICO MORELIA

GRAFICAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR
EL CENTRO METEREOLÓGICO MORELIA

FRECUENCIA DE ELEMENTOS CLIMATOLOGICOS



DÍAS DESPEJADOS

DÍAS NUBLADOS

DÍAS CON LLUVIAS
APRECIABLES

CENTRO METEOROLÓGICO MORELIA

GRÁFICAS ELABORADAS POR ALFONSO CAHUE
CAHUE CON DATOS PROPORCIONADOS POR EL
CENTRO METEOROLÓGICO MORELIA

5.3.- CONCLUSIÓN

Huandacareo es una población de las más prosperas asentada sobre la rívera del lago de Cuitzeo, por su ubicación sobre el eje Neovolcánico, ofrece un clima de confort, propiciado por los agentes climáticos, barreras naturales, el lago y la abundancia de agua que genera variados paisajes.

Su clima es bastante agradable con temperaturas que oscilan desde un mínimo de 2 grados hasta un máximo de 39 grados. Lo cual pretendemos regular con barreras de árboles de hoja caduca, que provoquen sombra sobre la construcción en la temporada de verano, y en invierno permitan que los rayos del sol atraviesen a estos dando de lleno sobre el edificio.

Por lo que concierne a los vientos dominantes que tienen una dirección de noroeste a sureste pueden ser bloqueados o conducidos por la misma construcción o por barreras naturales con la finalidad de refrescar el ambiente en verano y desviarlos en invierno, evitando que enfríen más el clima. Todo esto se hace con la finalidad de provocar un microclima que haga aún más agradable el ambiente dentro de nuestro proyecto.

La precipitación pluvial difiere a lo largo del año registrando desde un mínimo de 2.48 mm en el mes de febrero, hasta un máximo de 154.20 mm en el mes de agosto, las heladas y granizadas son realmente escasas, por lo que deducimos que estos elementos no provocan ningún daño al ambiente.

Todos estos factores hacen de la población interesante y basta en recursos naturales y logran una zona turística importante a nivel estatal, complementando todo esto con la creación de un establecimiento de hospedaje y recreación provisto de diversión y esparcimiento, fomentando así la integración familiar y la cultura que además nos permitirá la captación de un mayor número de turistas, favoreciendo así el desarrollo económico integral del estado e impulsando la actividad turística.

EL EL TERRENO TERRENO

6.- El Terreno

6.1.- Ubicación

6.2.- Superficie del terreno

6.3.- Infraestructura

6.4.- Servicio de transporte

6.5.- Ubicación del terreno con respecto a la cabecera municipal de Huandacareo

6.6.- Ubicación del terreno en la zona de balnearios

6.7.- Infraestructura municipal a la cual tiene acceso nuestro terreno

6.8.- Dimensiones y superficie del terreno

6.9.- Análisis de suelo

6.10.- Conclusión



EL
TERRENO

EL
TERRENO

EL
TERRENO

EL
TERRENO



6.- EL TERRENO

6.1.- UBICACIÓN

Se localiza al suroeste con respecto a la población, a 1km de la misma, sobre la prolongación calzada Lázaro Cárdenas, en la zona de balnearios, por colindancia tiene al norte y noroeste el Centro Turístico Vista Bella, al sur el Centro Recreativo Agua Caliente, calle de por medio, al sureste a unos cuantos metros los Balnearios los Guayabos, Balneario Los Arcos y al este Balneario el Edén, calle de por medio.

6.2.- SUPERFICIE DEL TERRENO

Tiene una superficie de 15,984 m² es un terreno arcilloso con una resistencia aproximada de 8 toneladas sobre m², con una pendiente uniforme del 1%, el nivel de aguas friáticas se encuentra de 1.80 a 2.20 m. de profundidad.

6.3.- INFRAESTRUCTURA

Se encuentra comunicado por dos calles, la avenida principal Prolongación Calzada Lázaro Cárdenas pavimentada y la calle secundaria que une a la Pról. Lázaro Cárdenas con la carretera Huandacareo - Puruandiro también pavimentada, además cuenta con los servicios siguientes: luz, drenaje, teléfono, cuenta con pozo artesanal propio de aguas termales con una temperatura aproximada de 37 grados centígrados.

6.4.- SERVICIO DE TRANSPORTE

El medio que conduce al terreno está vinculado por los servicios de transporte local como taxis y colectivos denominados circuito Vista Bella, que conduce del paradero de camiones y centro de la población a la comunidad de La Estancia con destino a la cabecera municipal del Municipio de Chucandiro pasando por la avenida principal de la zona de los balnearios.

El terreno presenta una comunicación completa con la población y los demás atractivos turísticos sobresalientes.

6.5.- UBICACIÓN DEL TERRENO CON RESPECTO A LA CABECERA MUNICIPAL DE HUANDACAREO



SIMBOLOGÍA

	VIALIDADES DE ACCESO
	LIMITE DE AREASUBURBANA
	ARROYO EXISTENTE
	USO_ACT_SUELO (AREAURBANIZADA)
	USO_ACT_SUELO (AREANO URBANIZADA)
	ÁREA DE CULTIVO
	ÁREA DE ESPARCIMIENTO
	ÁREA DE BALNEARIOS
	ESCUELA PRIMARIA
	JARDIN DE NIÑOS
	PRESIDENCIA MUNICIPAL
	JARDIN MUNICIPAL
	CASA DE LA CULTURA
	IGLESIA
	PANTEON MUNICIPAL
	SALUD
	CUERPO DE RESCATE
	ESCUELA SECUNDARIA
	TANQUE ELEVADO
	TANQUE ELEVADO
	INSEN
	CSYTEM
	ESC. SEC. FED.
	TELMEX
	BASE DE TAXIS
	BASE DE TRANSPORTE COLECTIVO

6.6.- UBICACIÓN DEL TERRENO EN LA ZONA DE BALNEARIOS





FOTO DEL TERRENO, TOMADA DESDE LO ALTO DEL TOBOGAN DEL BALNEARIO VISTA BELLA, POR ALFONSO CAHUE CAHUE 15/05/12



VIALIDAD PRINCIPAL Y FRENTE DEL TERRENO



ESQUINA DEL TERRENO Y VIALIDAD PRINCIPAL



ESQUINA DEL TERRENO Y VIALIDAD SECUNDARIA

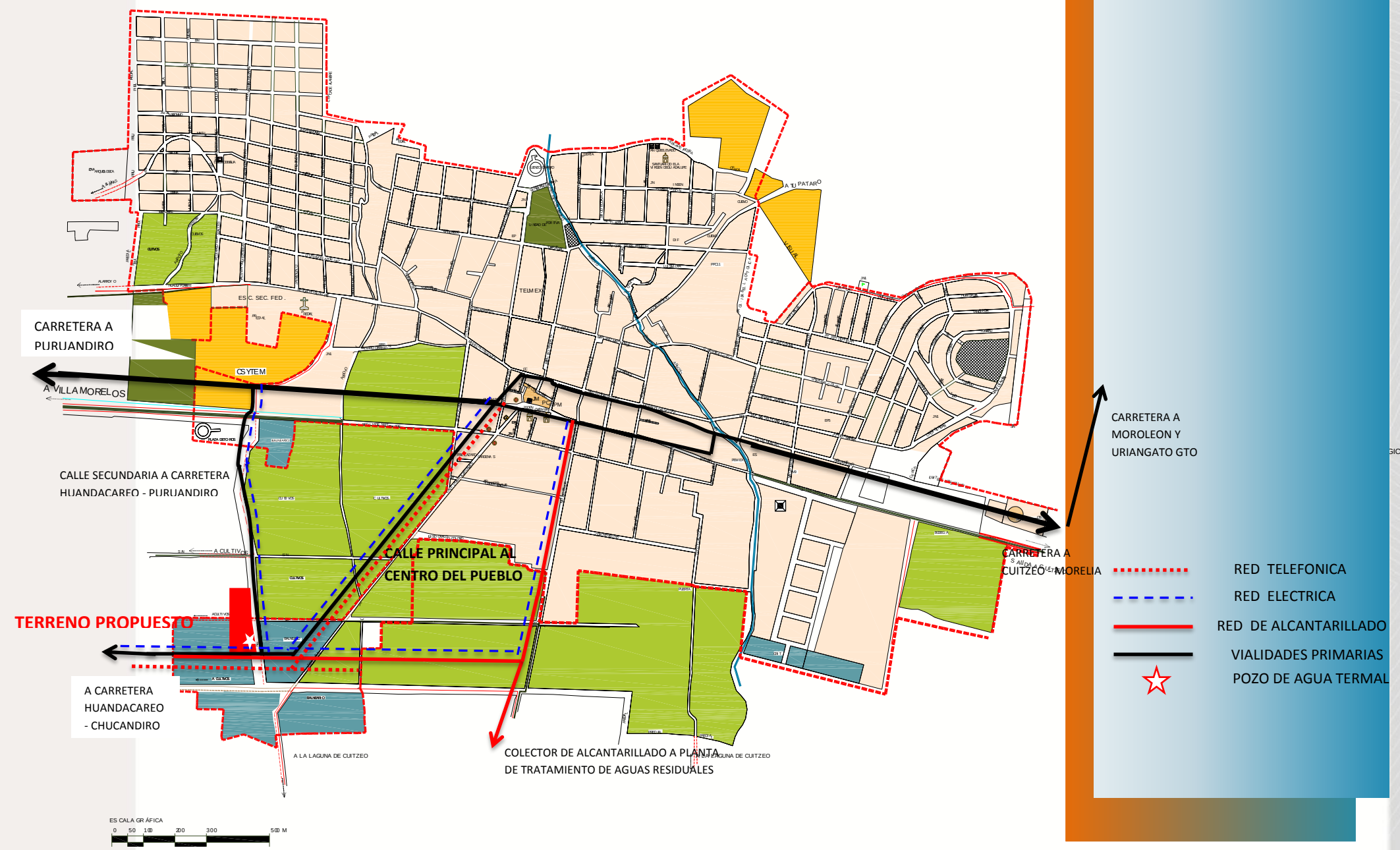


EN ESTAS FOTOS SE PUEDE APRECIAR QUE EL TERRENO PRACTICAMENTE NO TIENE PENDIENTE

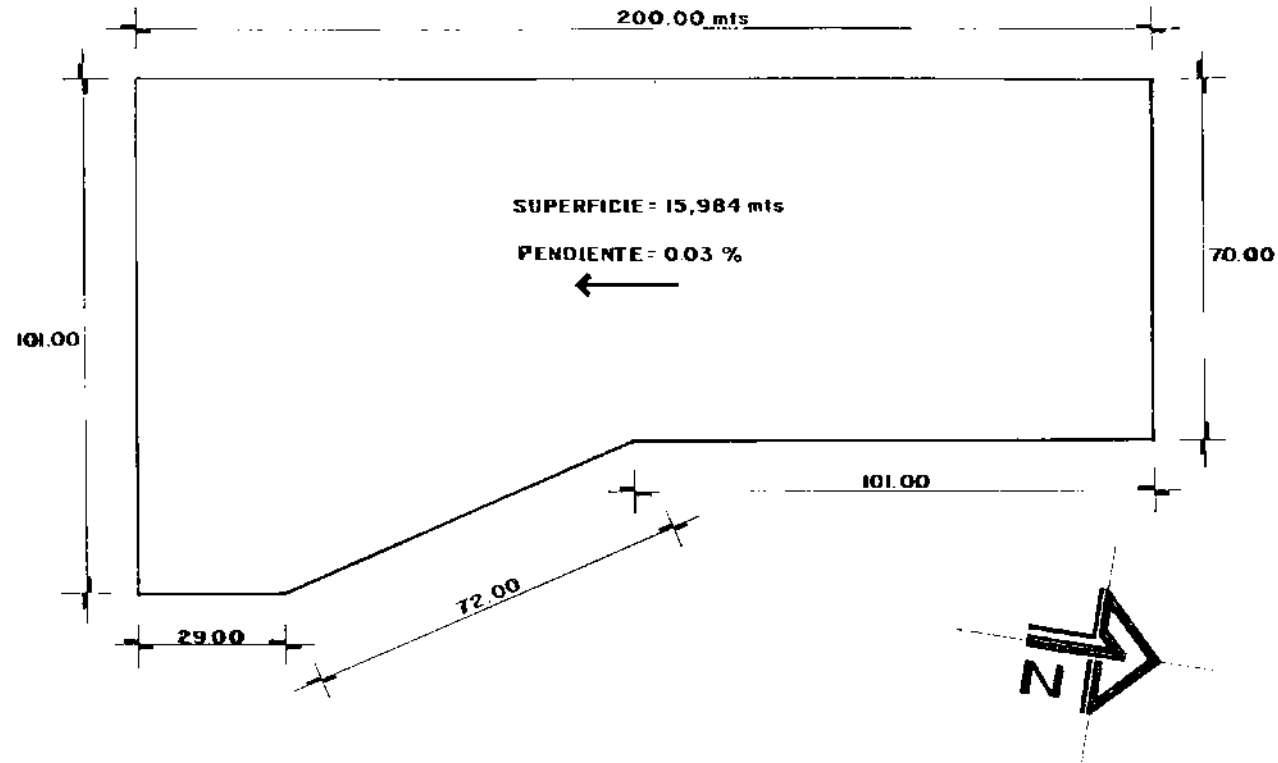
POZO DE AGUA TERMAL



6.7.- INFRAESTRUCTURA MUNICIPAL A LA CUAL TIENE ACCESO NUESTRO TERRENO



6.8.- DIMENCIONES Y SUPERFICIE DEL TERRENO



NOTA: NO SE HIZO PLANO TOPOGRAFICO PORQUE EL
TERRENO ESTA PRACTICAMENTE PLANO Y NO LO AMERITA

6.9.- ANALISIS DE SUELO

Estratigrafía del lugar.

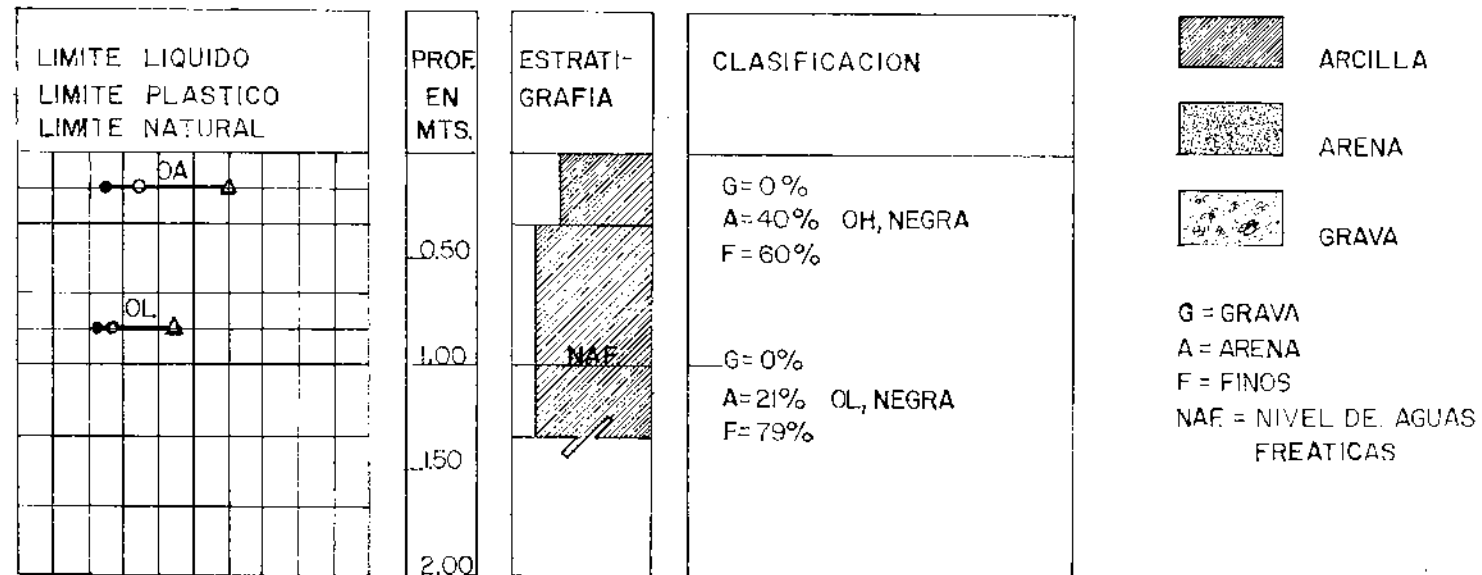
El subsuelo en cuestión está formado superficialmente por los siguientes suelos:

Estrato 1, de 0.00 a 0.30 m.

Deposito transportado de tipo pluvial, formado por arcilla húmeda con un contenido 0% de grava, 40% de arena y 60% de finos (oh).

Estrato 2 de 0.30 m. a 1.60 m.

Deposito transportado de tipo pluvial, formado por arcilla negra muy húmeda, muy plástica con 0% de grava, 21% de arena y 79% de finos (a).



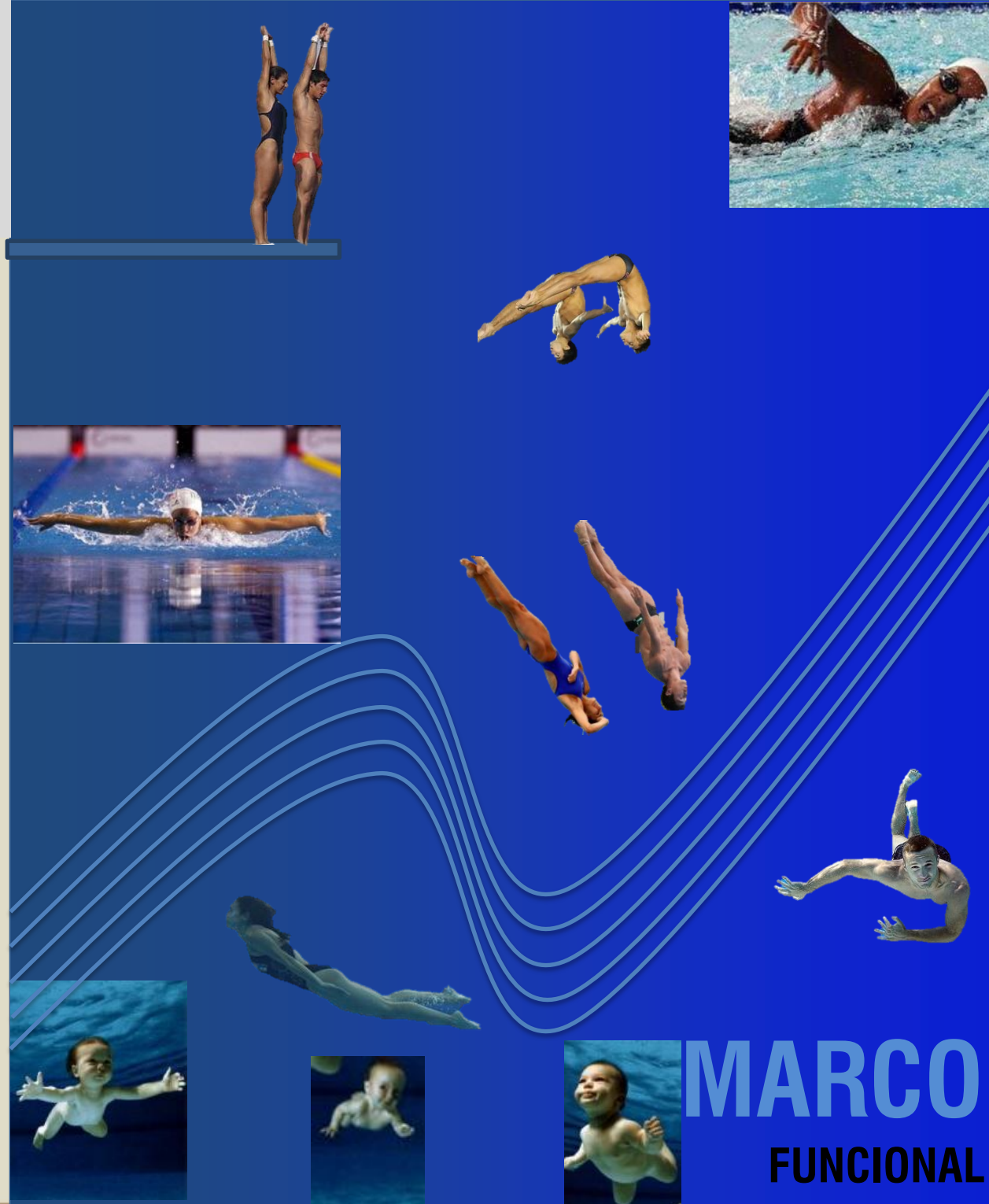
6.10.- CONCLUSION

El uso en el suelo está encaminado en su mayor parte la actividad agrícola, pero debido al florecimiento de los balnearios se ha ido transformando su uso en unidades prestadoras de servicios turísticos. De hecho en el plan municipal de desarrollo urbano publicado en el Diario Oficial de la Federación en 2007 se contempla a este terreno como futuro crecimiento para el sector turismo.

La infraestructura que presenta el Municipio de Huandacareo es basta como para dotar de servicios a nuestro proyecto con el cual se pretende impulsar el desarrollo de la actividad turística y el florecimiento de nuevos ingresos que benefician a la comunidad en general.

MARCO FUNCIONAL

- 7.- **Análisis de la información recabada para sustentar nuestro proyecto**
 - 7.1.- **Puntos por analizar para determinar las necesidades de nuestro proyecto**
 - 7.2.- **Justificación del proyecto**
 - Dimensión
 - Análisis de mercado
 - Ubicación
 - Calidad de servicio, operación y organización
 - 7.3.- **Análisis del balneario**
 - 7.4.- **Árbol del sistema**
 - 7.5.- **Diagramas de relaciones**
 - 7.6.- **Diagramas de funcionamiento**
 - 7.7.- **Matriz de acopio**
 - 7.8.- **Patrones de diseño**
 - 7.9.- **Zonificación**
 - 7.10.- **Programa general**
 - 7.11.- **Descripción del programa particular**
 - 7.12.- **Estudio de áreas**
 - 7.13.- **Análisis de áreas requeridas en función al tamaño del balneario**
 - 7.14.- **Superficie construida dentro del centro Vacacional**
 - 7.15.- **Conceptos arquitectónicos**
 - 7.16.- **Memoria descriptiva del proyecto**
 - 7.17.- **Aspecto formal del proyecto**
 - 7.18.- **Presupuesto por partidas del área construida dentro del hotel**



U.M.S.N.H.



7.- ANALISIS DE LA INFORMACION RECAVADA PARA SUSTENTAR NUESTRO PROYECTO

La clasificación oficial del hotel por estrellas puede ser uno de los factores que determine su elección, sin embargo esta clasificación no despeja las dudas del consumidor en muchos casos.

Desde el punto de vista de la calidad, el nivel de satisfacción del usuario de un establecimiento hotelero se determinará, no sólo por su clasificación oficial sino también por la concurrencia de una serie de factores entre los que podemos destacar la atención amable y personalizada, la limpieza y comodidad de las instalaciones, especialmente de las habitaciones, el entorno cuidado y el respeto por el medio ambiente.

Los establecimientos hoteleros se clasifican en diferentes categorías en atención a sus características y a la calidad de las instalaciones y servicios que ofrecen; en el primer grupo estarían los hoteles.

7.1.- PUNTOS POR ANALIZAR PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES DE NUESTRO PROYECTO

Dimensión

Análisis de mercado

Calidad de servicio

Ubicación o relación con otros servicios

Operación

Organización

DIMENSIÓN

Las dimensiones de un hotel son determinadas por los índices de afluencia turística, el análisis de cantidad demandada en temporadas altas o bajas (temporadas pico), la rentabilidad que pudiera generar su construcción y el sector mercado.

<http://www.slideshare.net/juguenri/t4-tamano-y-localizacion>

ANÁLISIS DE MERCADO

Definir los productos mercados: La macro-segmentación se esfuerza en identificar, en el interior de cada una de las unidades de actividades estratégicas, los productos mercados, homogéneos, en términos de funciones ejercidas, de oficios y de clientes. Se pretende definir el mercado de referencia desde el punto de vista del cliente, y no, como se da a menudo, desde el punto de vista del productor. Recoger información sobre las variables explicativas: es importante recoger la información por los mercados emisores en pos de buscar los segmentos de mercados del hotel.

Identificar los segmentos de mercado: La identificación y selección de un segmento de mercado particular para dirigir una oferta de servicio distintiva depende de muchos factores; tiene una particular importancia el tamaño del segmento, sus necesidades

especiales, el grado en el cual estas necesidades son satisfechas por el hotel o los competidores, y si el hotel cuenta con los recursos para cumplir con las exigencias del servicio.

http://www.degerencia.com/articulo/la_orientacion_al_mercado_en_hoteles_una_opcion_en_busca_de_competitividad

CALIDAD DE SERVICIO

La calidad de servicio es definida como la percepción que tiene el cliente sobre el servicio recibido. Esta percepción se obtiene de la discrepancia producida entre las expectativas que tenía el cliente antes de recibir el servicio y el desempeño actual. Sin embargo, los clientes no perciben la calidad de servicio como un concepto unidimensional, si no que separan la información en diferentes dimensiones.

Diferenciaron cinco dimensiones para las cuales, señalaban que podían considerarse universales para todo tipo de organizaciones que prestan servicios. Estas dimensiones son

- Fiabilidad, definida como la habilidad de ofrecer un servicio de confianza y fiable,
- Capacidad de respuesta, que es la voluntad de ayudar al cliente y proporcionar un servicio rápido,
- Seguridad, es definido como el conocimiento y la cortesía de los empleados que inspiran confianza,
- Empatía, caracterizado por el cuidado y la atención individualizada que la compañía ofrece a sus clientes, y
- Aspectos tangibles, los cuales se componen del equipamiento, facilitadores físicos y la apariencia física del personal. Sin embargo, estas dimensiones adquieren diferente importancia a la hora de establecer una relación leal; según las características del ambiente, el tipo de cliente o el sector en el que se recoge la información.

<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/17.pdf>

UBICACIÓN

Ubicación implica la accesibilidad y comodidad a los usuarios de los servicios de la hospitalidad-La selección de un lugar adecuado para el hotel se encuentra importante.

Lo principal en la ubicación de un hotel moderno es la accesibilidad y esto gravita nuestra atención en las instalaciones de infraestructura, tales como la disponibilidad de las carreteras de calidad, electricidad e instalaciones de comunicación, además de la cercanía de otros servicios.

<http://translate.google.com.mx/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.managementparadise.com/forums/service-sector-management/204722-importance-location-hotel-industry.html>

OPERACIÓN

Es el proceso de gestión, son las etapas entre el contacto de un cliente y la satisfacción del cliente. Medidas objetivas deben insertarse con el fin de medir y controlar el proceso en curso de operación para definir las fuentes de un problema y así decidir rápidamente para no multiplicar los errores hasta el final de las etapas.

Para que una empresa logre consolidarse de tener una rutina sólida, es decir, dominio total del ciclo de actividades repetitivas que realiza para su diaria operación

Establecer y documentar las formas de trabajo más cotidianas (estandarización)

Delegar las responsabilidades de las actividades cotidianas por medio de objetivos y metas

Controlar y dar seguimiento a dichas actividades mediante chequeos e indicadores.

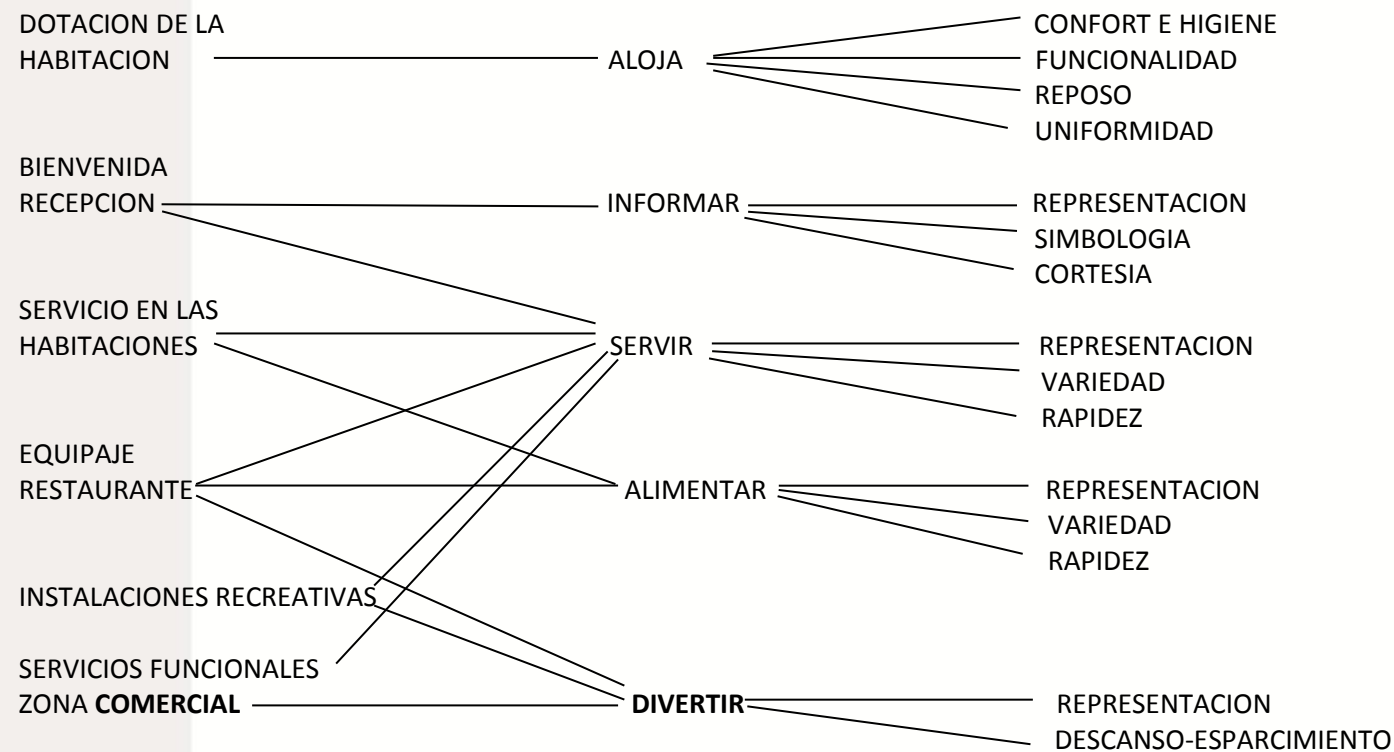
Manejo de diagramas de relaciones y flujo real.

ORGANIZACIÓN

Un hotel es una empresa de servicios, y la sincronización, coordinación y control interdepartamental es lo que va a determinar, además de su categoría, su reputación a nivel comercial sin olvidar que cada departamento tiene una funciones concretas y específicas, y que igualmente desempeña un papel dentro de la organización general dentro de la empresa

<http://www.slideshare.net/tecnicas2/modulo-5-operacion-de-hoteles-v03-presentation>

Las principales funciones de un hotel son: alojar, informar, servir, alimentar, y divertir y sus diferentes comunicaciones son:



7.2.- JUSTIFICACION DEL PROYECTO

La información que a continuación se presenta es lo que nos ayudara a determinar el tipo de establecimiento, dimensiones y servicios que se pretenden ofrecer así como el sector turístico al que ira dirigido nuestro proyecto

DIMENCIONES

Hotel mediano, que cae dentro de la clasificación 3 estrellas con planes a futuro de crecer a ser 4 estrellas: Están constituidos por una torre. Cuentan con habitaciones individuales, dobles y un porcentaje de pequeñas suites, administración, servicio de bar y restaurante, estacionamiento y algunos tiene piscina. Las habitaciones tienen servicio de televisión, teléfono y bebidas.

ANALISIS DEL MERCADO

De acuerdo a los resultados del estudio elaborado por PERFITUR: defino que el establecimiento propuesto será un hotel de recreo debido a los siguientes motivos.

De acuerdo a los turistas que más visitaron la Región de Morelia que influye directamente en Huandacareo por localizarse dentro de esta fueron:

Por segmentación de grupos en las diferentes estaciones del año:

- Para el periodo de Semana Santa, la mayor parte de los turistas presentaron el perfil “conservador”, con un 31.8%. En segundo lugar se ubicaron los “amantes de la casa” con el 22.2%
- Durante el periodo de Verano, el estilo de vida que clasifica mayor número de turistas es el “conservador”, con 30.9%, seguido por el “amante de la casa”, con el 27.6%.
- Respecto al periodo de Fin de Año, el estilo de vida que clasifica mayor número de turistas es el “amante de la casa”, con 31.0%, seguido por el “conservador”, con el 28.8%.
- Los turistas que más visitaron la Región Morelia en el año 2009 se encuentran en el rango de “25 a 44 años” con el 48.7%.
- El 90.70% de los turistas que visitaron la región mencionada provinieron de algún estado de la República Mexicana
- Así mismo se analizó en compañía de quiénes viajaron los turistas que fueron entrevistados en la Región de Morelia y se obtuvieron los siguientes resultados: El grupo con mayor porcentaje fue el de turistas que reportaron viajar con pareja, con el 26.8% y con el menor porcentaje fueron los que viajaron con compañeros de estudio o de trabajo, con el 3.0%.
- En cuanto al número de noches que los turistas tenían planeadas permanecer en el estado, el 76.3% indicaron que su estancia en la Región Morelia era por una o más noches
- Respecto del alojamiento utilizado durante el año 2009 en esta región, el 51.8% de los turistas que pernoctaron en la región decidieron hacerlo en hoteles o similares.
- Motivo del viaje a Michoacán. El motivo principal para los turistas encuestados en la Región Morelia fue el de recreo y vacaciones con el 41.1%, mientras que para el 30.1% el motivo principal fue visitar a familiares y amigos.
- Las principales actividades realizadas durante el viaje, fueron con el porcentaje más alto las visitas a sitios culturales (38.2%), seguido por visita a parques/zoológicos, balnearios, (12.5%).

UBICACION

Este establecimiento estará ubicado en una zona periurbana en el área donde se localiza, los demás balnearios, además como complemento contara con su propio balneario con el fin de ofrecer al vacacionista un lugar propicio para el contacto con la naturaleza, el descanso mental y la actividad física.

De acuerdo a las instalaciones propuestas, el cliente gozara de albergue y alimentación lo cual estará completando con cierta diversión y bienestar.

El estacionamiento estará ubicado al noroeste a unos pasos del hotel, facilitando así que el vehículo pueda registrar y baje su equipaje para posteriormente ser llevado el automóvil al estacionamiento.

CALIDAD DEL SERVICIO, ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN

Se pretende cumplir con los estándares requeridos para un establecimiento de 3 estrellas en todos los aspectos, para poder brindarle al turista una estancia de acuerdo a sus exigencias, que pueda gozar de la paz y tranquilidad necesaria para un buen descanso. Con lo cual pretendemos se prolongue 2 a 4.5 días, ya que debido a la falta de hoteles que cumplan con la calidad necesaria solamente durante 1 día.

7.3.- ANÁLISIS DEL BALNEARIO

Este balneario fue concebido con la idea de satisfacer las necesidades del vacacionista, ofreciéndole un lugar donde pueda disfrutar de la naturaleza, el descanso mental y la actividad física.

Dicho sitio está localizado a 36.02 km. de Morelia, capital del estado a 25.27 km. de Puruandiro y a 18.82 km. de Moroleon y Uriangato, siendo estas las áreas metropolitanas más inmediatas a la población, por la distancia existente permite que el visitante se desplace de un lugar a otro en el mismo día, lo cual es lo más usual en el caso de un balneario.

Las albercas de este establecimiento, serán alimentadas a base de agua termal además contara con servicios de alimentos y bebidas, instalaciones deportivas, actividades de diversión y un hotel, para aquellas personas que deseen permanecer por mayor tiempo, especialmente para las que provienen de lugares fuera del área de influencia de la población, esto es con el fin de dar al turista un servicio completo que satisfaga sus necesidades.

¡AVISO IMPORTANTE!

De acuerdo a lo establecido en el inciso “a” del **ACUERDO DE LICENCIA DE USO NO EXCLUSIVA** el presente documento es una versión reducida del original, que debido al volumen del archivo requirió ser adaptado; en caso de requerir la versión completa de este documento, favor de ponerse en contacto con el personal del Repositorio Institucional de Tesis Digitales, al correo dgbrepositorio@umich.mx, al teléfono 443 2 99 41 50 o acudir al segundo piso del edificio de documentación y archivo ubicado al poniente de Ciudad Universitaria en Morelia Mich.

U.M.S.N.H
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS