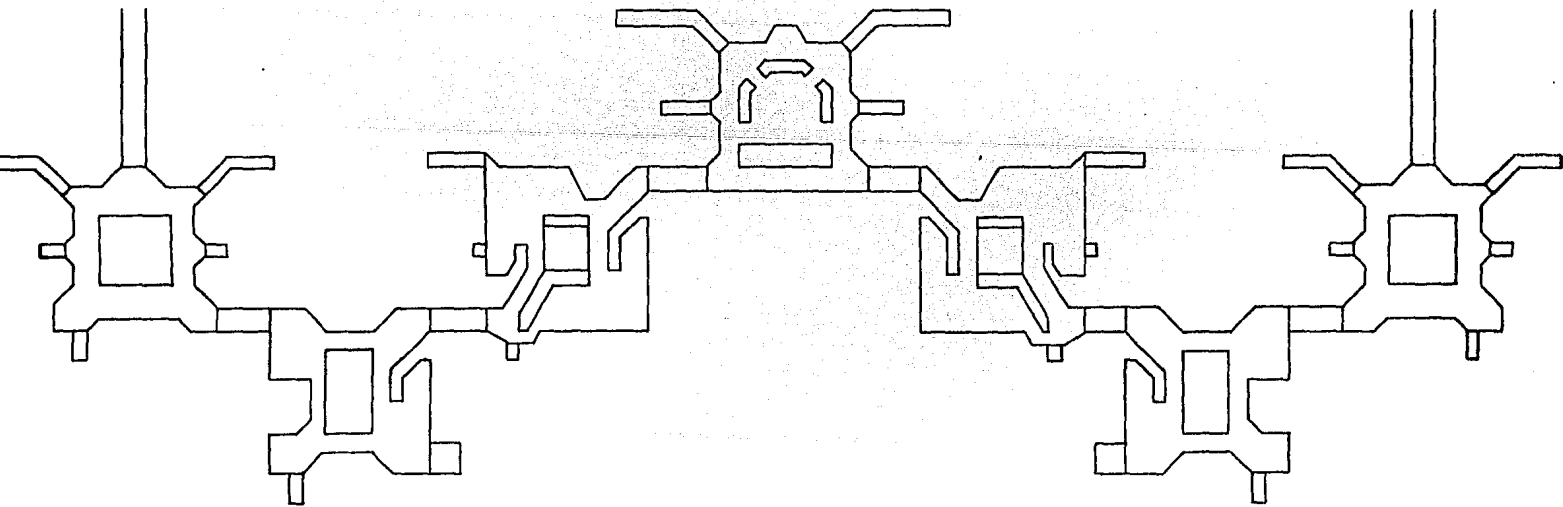


TESIS PROFESIONAL

CENTRO TURISTICO

SANTA CLARA DEL COBRE

GONZALO FONSECA CAMPOS 1984





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## I N D I C E

I N T R O D U C C I O N :	P A G I N A
1.- OBJETIVO Y JUSTIFICACION DEL TEMA DE TESIS TITULADO "CENTRO TURISTICO SANTA CLARA DEL COBRE"	10
2.- ENFOQUE SOCIO-CULTURAL Y ECONOMICO DEL TURISMO	12
2.1 MARCO SOCIAL DEL TURISMO	
2.2 POLITICA TURISTICA	
2.3 REPERCUSIONES SOCIO-CULTURALES DEL TURISMO	
2.4 REPERCUSIONES ECONOMICAS DEL TURISMO	
2.5 FINANCIAMIENTO	
3.- EL SUJETO Y EL OBJETO DEL TURISMO	23
3.1 EL SUJETO DEL TURISMO	
3.2 LA FORMACION DE LA NECESIDAD TURISTICA	
3.3 MOTIVOS QUE IMPULSAN AL HOMBRE A VIAJAR	
3.4 EL DESPLAZAMIENTO TURISTICO	
3.5 TURISMO DE LARGA Y CORTA ESTANCIA	
3.6 EL OBJETO DEL TURISMO	
3.7 PATRIMONIO TURISTICO	

- 3.8 TIPOS DE SERVICIOS
- 4.- POLITICAS DE DESARROLLO. 33
  - 4.1 POLITICAS GLOBALES DE DESARROLLO
  - 4.2 POLITICAS ESPECIFICAS DE DESARROLLO
- 5.- MEDIO FISICO Y NATURAL DE LA ZONA CENTRO DEL ESTADO DE MICHOACAN 35
  - 5.1 ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA ZONA CENTRO DEL ESTADO DE MICHOACAN
    - 5.1.1 ATRACTIVOS TURISTICOS DE MORELIA, MICH.
    - 5.1.2 ATRACTIVOS TURISTICOS DE PATZCUARO, MICH.
    - 5.1.3 ATRACTIVOS TURISTICOS DE TZINTZUNTZAN, MICH.
    - 5.1.4 ATRACTIVOS TURISTICOS DE QUIROGA, MIC.
    - 5.1.5 ATRACTIVOS TURISTICOS DE SANTA CLARA DEL COBRE, MIC.
  - 5.2 RUTA TURISTICA DE LAS ARTESANIAS
  - 5.3 FOLKLORE DEL ESTADO DE MICHOACAN
  - 5.4 GASTRONOMIA
  - 5.5 AFLUENCIA TURISTICA
  - 5.6 DEMANDA TURISTICA
  - 5.7 OFERTA TURISTICA
  - 5.8 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
  - 5.9 INGRESOS GENERADOS POR EL TURISMO

## P A G I N A

6.- ANTECEDENTES HISTORICOS DEL MUNICIPIO DE SALVADOR ESCALANTE.	47
7.- MEDIO FISICO Y NATURAL DEL MUNICIPIO DE SALVADOR - ESCALANTE.	54
7.1 POBLACION	
7.2 CLIMA	
7.3 ACTIVIDAD ECONOMICA	
7.4 COMUNICACIONES	
7.5 EDUCACION	
7.6 SALUD	
7.7 INFRAESTRUCTURA URBANA	
7.8 EQUIPAMIENTO URBANO	
8.- VIAS DE COMUNICACION	64
9.- PROGRAMA ARQUITECTONICO	66
10.- DESCRIPCION DEL PROYECTO	69

11.-	PROYECTO ARQUITECTONICO	73
11.1	PLANTA DE CONJUNTO	
11.2	ADMINISTRACION	
11.2.1	PLANTA ARQUITECTONICA N + 23.15	
11.2.2	PLANTA ARQUITECTONICA N + 26.10	
11.2.3	FACHADAS	
11.3	EDIFICIO DE HABITACIONES	
11.3.1	PLANTA ARQUITECTONICA	
11.3.2	FACHADAS	
11.4	CABAÑAS	
11.4.1	PLANTA ARQUITECTONICA TIPO	
11.4.2	PLANTA DE CONJUNTO CABAÑAS	
11.4.3	FACHADAS	
11.5	CABALLERIZAS	
11.5.1	PLANTA ARQUITECTONICA	
11.5.2	FACHADAS Y CORTES.	

P A G I N A

## 12.- PRESUPUESTOS

86

12.1 PRESUPUESTO DE CABAÑA TIPO (RESUMEN POR PARTIDAS)

12.2 ANTE PRESUPUESTO DE AREAS EDIFICADAS

## I N T R O D U C C I O N

Cada vez es mayor la importancia de la industria turística en el marco del desarrollo general de México. Es de destacar la importancia económica que representa el desarrollo de esta actividad para todos los sectores productivos de la población, ya que constituye una fuente de ingresos no sólo para las empresas que participan directamente, sino además supone un mercado ventajoso para la producción agrícola y artesanal. Otro aspecto económico importante del turismo es que actúa como un eficaz agente redistribuidor del ingreso, acumulado en los centros industriales y comerciales del país y contribuye a solucionar el grave problema de desempleo que afronta el país, creando una gran cantidad de empleos mediante índices bajos de inversión, aprovechando mano de obra con capacitación de nivel medio y bajo.

El turismo desde un enfoque socio cultural, se constituye como uno de los elementos más importantes de la integración y difusión de la cultura nacional, al proporcionar oportunidades, de intercambio cultural y de recreación. El turismo social se configura como instrumento en la formación básica de la población, al dar oportunidad de conocer la historia del país y su gran potencial en recursos naturales y humanos, -- afirmando de esta manera la vocación de progreso para lograr el desarrollo de México.



## OBJETIVOS Y JUSTIFICACION DEL TEMA DE TESIS TITULADO.

## "CENTRO TURISTICO SANTA CLARA DEL COBRE".

Michoacán es uno de los estados de la república mexicana que cuenta con una gran cantidad de atractivos naturales y culturales, particularmente la zona centro del estado que nos ofrece zonas arqueológicas como Tzintzuntzan, ciudades cuya fundación se remonta a la época colonial, como son: Morelia, Quiroga, Tzintzuntzan, Patzcuaro, - Santa Clara del Cobre y la población de Zirahuen, todas ellas con su importantísimo legado de construcciones de tipo civil y religioso, como importantes atractivos naturales se ofrecen el Lago de Patzcuaro y el Lago de Zirahuen, el primero con sus grandes atractivos tradicionales y el segundo con la azul transparencia de sus aguas y - la extensa variedad de paisajes boscosos de sus alrededores.

Otro de los atractivos de esta zona centro es la producción de todo tipo de artesanías, principalmente en las poblaciones que forman la llamada "Ruta Turística de las Artesanías".

Las fiestas populares y religiosas forman parte del patrimonio cultural que ofrecen al visitante cada una de estas ciudades.

Todos los atractivos antes mencionados explican la gran afluencia turística que según datos de la Secretaría de Turismo del estado, en el año de 1982 se recibió la visita de 1'716,814 turistas, de los cuales un 93.8% correspondió a turistas nacionales y el 6.2% a turistas extranjeros, siendo la derrama económica para ese año de 132 millones 377 mil 990 pesos.

Con el objeto de atender al creciente número de turistas y tomando en cuenta que -- Santa Clara del Cobre carece de establecimientos adecuados para atender esta demanda, se propone "El Centro Turístico Santa Clara del Cobre", para la ubicación de este centro se eligió la población de Santa Clara del Cobre por contar con la infraestructura y el equipamiento urbano necesarios, además de contar con medios de comunicación como son carreteras, telégrafos y servicio telefónico.

Otros objetivos que se persiguen con la creación de este centro son: Impulsar el desarrollo de las regiones menos favorecidas, promover el empleo y el consumo de la producción artesanal de este lugar, buscar la redistribución del ingreso por medio de la derrama económica que genera el turismo.

## 2.- ENFOQUE SOCIO CULTURAL Y ECONOMICO DEL TURISMO

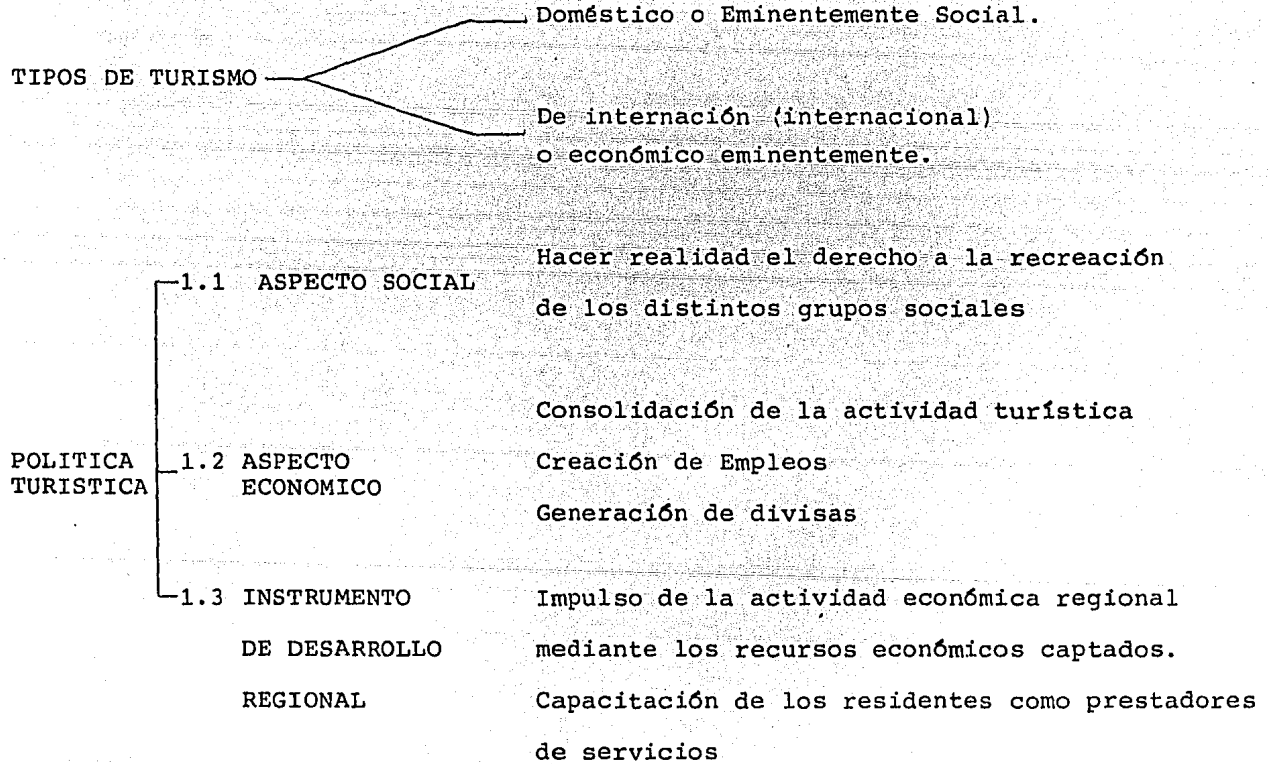
### 2.1 MARCO SOCIAL DEL TURISMO

El estado debe utilizar todos los instrumentos para alcanzar una mejor distribución de los beneficios derivados del trabajo, como la mejor opción para mejorar las relaciones entre el estado y la sociedad.

El turismo como concepción, es un complemento ineludible de la actividad laboral y entendido como un continuo intercambio de vivencias, constituye un instrumento de superación individual y colectiva, que da vigencia al derecho a la recreación, como derecho emanado del trabajo.

La nueva concepción del turismo, no es contemplar la actividad como mera distracción, sino como parte integral del proceso de creación y culturización, al considerar que la recreación es a la creación, como la productividad a la producción, y así, en la medida que encontremos su equilibrio estaremos logrando el desarrollo equilibrado del país.

## 2.2 POLITICA TURISTICA.



### 2.3 REPERCUSIONES SOCIO CULTURALES DEL TURISMO

El trabajador mexicano, no tiene el poder adquisitivo que le permita la incorporación individual a la actividad turística, por lo que se pretende; que los trabajadores puedan hacer una demanda organizada de servicios turísticos, y así, poder satisfacer el derecho a la recreación y a la cultura, si no de todos los mexicanos, al menos del sector laboral; identificado como el sector más susceptible de ser incorporado a estas actividades.

El turismo social pretende satisfacer el derecho a la recreación productiva. Este objetivo implica el desarrollo de servicios turísticos, orientados hacia actividades culturales y de esparcimiento que complementen la educación básica de la población.

La demanda del turismo social se puede programar a través de Sindicatos, agrupaciones, cooperativas, grupos de estudiantes, organizaciones populares y a través de organismos gubernamentales encargados de atender esta actividad.

El turismo se configura como uno de los elementos más importantes de la integración y difusión de la cultura nacional, ya que permite el intercambio de costumbres y -- tradiciones, las cuales motivan a su vez la práctica de la actividad.

El turismo colectivo contribuye a lo que se ha llamado "Transculturización Turística". El contacto entre individuos de diferentes localidades produce interesantes - efectos de transculturización tanto en el residente como en el visitante, aún cuando los efectos influyen más intensamente en el primero.

Desafortunadamente, no siempre podrá hablarse de repercusiones positivas del turismo en el campo social y de la cultura, sobre todo en aquellos lugares que son más - sensibles de influirse en sus estructuras socio económicas. Esta tendencia a la -- receptividad se acusa más señaladamente en los cambios surgidos en el área de la -- gastronomía, del vestuario, de las manifestaciones folklóricas, del idioma, de las costumbres; y en fin en el modo de vida de una localidad.

El estado debe prever tales consecuencias, y mediante adecuados procesos de planifi - cación física y socio económica, encontrar los medios más eficaces que eviten o ami

noren esos efectos para que las diferentes manifestaciones culturales reafirmen su propia identidad.

## 2.4 REPERCUSIONES ECONOMICAS DEL TURISMO.

El turismo, desde una perspectiva económica, se integra con todas las prestaciones que implica el satisfacer las necesidades que conlleva todo desplazamiento temporal de personas, al ámbito económico del lugar objeto de esta actividad. Por tal motivo es necesario que el turismo se desarrolle a través de procesos, que si bien pertenecen a causas Motivacionales-Psíquicas deben enmarcarse en cuadros que afectan directa o indirectamente a los sectores productivos de la población.

El turismo constituye una fuente de ingresos y de prosperidad abundante no solamente para las empresas que participan directamente en el transporte y en el alojamiento de los viajeros, sino también para amplios sectores de la población, para los que la afluencia turística supone una actividad provechosa o un mercado ventajoso para sus productos agrícolas y artesanales. En efecto, las zonas particularmente favorecidas por la naturaleza o dotadas de riquezas culturales, zonas por las que los turistas manifiestan una clara predilección, deben a tales circunstancias una parte importante de sus ingresos económicos.



Por otra parte, el turismo a nivel nacional repercute positivamente en la actividad económica de un país, al convertirse en un medio redistribuidor del ingreso acumulado en centros comerciales e industriales. Actualmente el desarrollo económico del país se concentra en zonas concretamente delimitadas, y deja al margen a otras que han incurrido en un manifiesto estanciamiento. El turismo interno funge así como agente redistribuidor de la renta nacional, al convertirse en comprador de bienes y servicios fuera de su habitual residencia y dentro del territorio nacional.

Uno de los problemas sociales más agudos que afectan a la población mundial es el desempleo, y se agrava ininterrumpidamente a causa de factores de tipo económico y social, como la inflación y el incremento demográfico. Ante este panorama, no como panacea sino como auxiliar efectivo a la estructuración de soluciones, se plantea la actividad turística, que con índices bajos de inversión en relación a otros sectores económicos proporciona oportunidades de trabajo, tanto en niveles que demandan alta capacitación técnica como en niveles medios y primarios que, además de ser cuantitativamente numerosos, no implican grandes requerimientos de preparación técnica.

Las actividades inherentes al sector, destacando las dedicadas a alojamiento, trans-  
portación, preparación de alimentos y bebidas, tienen una creciente participación -  
en la estructura del P.I.B. en la década de 1970-1980, en la que el sector turismo -  
aporta el 3.1 % de su valor en 1977-1978 y se mantiene casi constante hasta 1980 que  
alcanza el 3%.

En México el turismo constituye una de las actividades del sector económico que per-  
mite con mayor fluidés la creación de empleos, en la década de 1970-1980 creó - - -  
219,200 empleos permanentes significando una tasa de crecimiento media anual del --  
4.2%, aunque en sus últimos años disminuyó al 3.5%, superando la tasa de crecimen-  
to de la población que fue del 3.3% para el mismo período.

EMPLEOS GENERADOS EN LOS PRINCIPALES CENTROS  
TURISTICOS DEL PAIS EN EL PERIODO 1971-1980.

Quintana Roo -----	24	%
Baja California Sur ----	13	%
Sinaloa -----	7	%

Guerrero -----	6.9 %
Jalisco -----	6.1 %
Michoacán -----	4.3 %
Colima -----	4.3 %
D. F. -----	3.2 %

## 2.5 FINANCIAMIENTO .

Para el desarrollo de la actividad turística el estado ha prestado gran importancia al financiamiento, debido a que esta es una actividad que genera inversiones adicionales y creación de empleos en forma proporcionalmente mayor a otras ramas económicas.

Cabe señalar que a través del financiamiento y la inversión directa, se ha procurado subsanar las deficiencias de la estructura de la oferta turística para que sin dejar de atender el turismo de alto nivel, ir expandiendo las instalaciones de nivel medio, así; se dedicó el 42.9% para los hoteles de primera categoría y el 51.5% para los hoteles de segunda y tercera calidad, para fomentar así el turismo sociocultural. Esta política de inversión ha estado dirigida a apoyar el desarrollo regional, lo que permite esperar además favorable impacto en las zonas deprimidas.

## ECONOMIAS EXTERNAS

El ritmo acelerado que el gobierno federal ha impuesto a la actividad turística, en los polos turísticos, vía infraestructura y servicios de apoyo urbano principalmente,

ha propiciado el desarrollo de economías externas a las empresas turísticas y otras ramas de la actividad económica.

Las economías externas además de que aceleran en el corto plazo el ritmo de inversión, provocan el desenvolvimiento de múltiples actividades conexas al quehacer turístico como son: Comercio, transporte, artesanías, agricultura etc., generando -- a su vez un efecto positivo en los niveles de empleo, ingreso y desarrollo regional.

En este orden de ideas puede señalarse que las economías externas derivadas del nivel de inversión en el sector, continuarán ampliándose de manera sistemática en los próximos años, como resultado de la cada vez más significativa participación del turismo en el contexto económico de México.

### 3.- EL SUJETO Y EL OBJETO DEL TURISMO

#### 3.1 EL SUJETO DEL TURISMO

El hombre es el sujeto del turismo, ya sea que se le considere aislado o en grupos. Sus necesidades y deseos son origen de múltiples actividades, que imprimen al proceso un carácter específico, porque está ubicado en el centro del mismo.

No solamente se entiende por sujetos del turismo a los participantes activos en este fenómeno, sino que también hay que considerar como tales a aquellos que en función de sus recursos y necesidades constituyen un mercado potencial.

Puesto que es el sujeto del turismo quien decide el lugar a donde quiere dirigirse, es necesario conocer con toda oportunidad las condiciones generales del mercado que se desea promover, para estar en posibilidad de utilizar adecuadamente las motivaciones más convenientes y despertar el interés necesario para provocar desplazamientos a determinados lugares.

Para lograr éxito en los programas de promoción y difusión turística, es indispensable que los esfuerzos publicitarios se conduzcan en forma adecuada y profesional.

### 3.2 LA FORMACION DE LA NECESIDAD TURISTICA.

Es importante dedicar especial atención a la investigación de las causas que auspician el advenimiento de la necesidad de los desplazamientos temporales, porque al parecer en muchas ocasiones son el mero capricho o la seducción de una publicidad debidamente orientada, los hechos que determinan tomar la decisión de satisfacerla.

Conviene apuntar que, en el proceso del advenimiento del deseo de viajar, desempeña un papel decisivo la "idea" preconcebida que se tenga de la localidad que va a visitarse. Esta "idea" se forma previamente a través de imágenes filmadas o reproducidas en carteles o de folletos ilustrados que llevan la información correspondiente; y en general, a través de los medios que la publicidad moderna utiliza, por ello es importante que en las acciones promocionales se difunda la "idea" que con más eficacia pudiera mover el interés por el lugar o la región en cuestión. Cuando el sujeto del turismo encuentra todo como él lo había esperado, se convierte en un excelente instrumento motivador para el turista potencial, puesto que hace partícipes de su satisfacción a quienes lo rodean, en tanto que el descontento exagerado se convierte en un elemento desalentador para posibles visitantes.

En conclusión, los esfuerzos que se dirijan a gestar la "idea" acerca de un lugar turístico, deben ser siempre veraces y corresponder con exactitud a los atractivos y servicios que se ofrecen; debe acentuarse lo positivo, no exagerarse ni menos -- añadirse datos solo imaginarios.



### 3.3 MOTIVOS QUE IMPULSAN AL HOMBRE A VIAJAR.

- a) conocer pueblos con cultura diferente.
- b) proporcionarse descanso o curación
- c) Disfrutar paisajes de belleza singular
- d) Concurrir a centros de devoción religiosa
- e) alcanzar objetivos que generalmente quedan fuera del alcance de los itinerarios turísticos habituales mediante el uso de vehículos automotores.

### 3.4 EL DESPLAZAMIENTO TURISTICO.

Para una tipificación de los viajes que emprende el sujeto del turismo deben considerarse los siguientes aspectos:

- a) ¿Quién viaja?
- b) ¿Porqué lo hace? (recreación, descanso, cultura, salud.)
- c) ¿Como lo realiza?
- d) ¿qué efectos produce?
- e) ¿origen? (nacional, o extranjero).
- f) ¿Permanencia? (larga o corta estancia)
- g) ¿Forma de viajar? (excursión o autónomo)
- h) ¿Medio de transporte?

### 3.5 TURISMO DE LARGA Y CORTA ESTANCIA.

Existe relación directa entre el tiempo de permanencia de un visitante y los ingresos por concepto de turismo. Es necesario mencionar que, independientemente del número de turistas y del gasto per cápita, a medida que su residencia temporal sea mayor, más elevado será el consumo de bienes y servicios, por lo cual hay que diversificar y ampliar los atractivos y servicios ofrecidos a fin de que el visitante alargue su visita.

### 3.6 EL OBJETO DEL TURISMO

El turismo tiene por objeto concreto la localidad que motiva el desplazamiento, así como las facilidades necesarias que permitan el traslado y la residencia temporal. En otros términos, el objeto es el conjunto de elementos que conforman la oferta turística.

Por tal razón, podemos dividir la oferta turística en primordial y complementaria.

La oferta Primordial:

Está integrada por el conjunto de atractivos turísticos que producen aquellas motivaciones que dan origen a los desplazamientos y que determinan la producción de los servicios. Este conjunto de atractivos que debe considerarse, integra a su vez el patrimonio turístico de un lugar, de una región o de un país.

La oferta Complementaria:

Es consecuencia de la primordial, y se refiere a los diversos factores que hacen -- posible y facilitan el traslado y la permanencia de los individuos que se desplazan,

Tales factores o elementos son:

- a) Las obras de infraestructura urbana.
- b) La estructura turística, que incluye instalaciones, establecimientos, equipos, - servicios y transportes especiales.
- c) La supraestructura turística, cuya entidad se integra con organismos e institu- ciones, públicos y privados que vigilan, promueven y armonizan la producción y - venta de servicios.

### 3.7 PATRIMONIO TURISTICO.

Son aquellos atractivos que forman parte del cuadro geográfico o cultural de un lu- gar, y de acuerdo a su constitución misma, podemos distinguir dos tipos de elementos.

- a) Los naturales; son aquellos en los que no ha intervenido la mano del hombre pa- ra su creación, aunque sí haya podido modificarlos; como son: Montañas, pla- nicies lagos, costas, ríos, cascadas, grutas, parques nacionales, termas, manan- tiales, agrupaciones de flora y fauna, lugares de caza y pesca, clima.

- b) Los culturales; cuyo conjunto es una manifestación directa del proceso evolutivo del hombre, y son: El folklor; manifestaciones vernáculas producidas entre el -- pueblo en la esfera de las artes, las costumbres, las creencias, artesanías, peculiaridades gastronómicas, música, danzas.
- Museos: de arte, de historia.
  - Lugares Arqueológicos, Históricos
  - Obras de arte y técnica: Arquitectura, pintura, escultura.
  - Eventos programados: Ferias y exposiciones, festivales de cine y teatro, concur sos, celebraciones de carnaval y otros festivales taurinos
  - Centros varios: Comerciales, de diversión, religiosos.

### 3.8 TIPOS DE SERVICIOS.

En cuanto a la relación que guardan los servicios con el turismo, podemos clasifi-- carlos en específicos o inmediatos y comunes o mediatos.

Servicios específicos o inmediatos: Son aquellos que están enfocados a servir prin-- cipalmente al turismo, y son proporcionados por Empresas como Agencias de Viajes,--

Establecimientos de hospedaje, de transporte especializado; organizaciones dedicadas a informar y orientar; empresas de publicidad turística, de financiamiento turístico, de seguros para el turista.

Servicios comunes o mediatos. Satisfacen también necesidades de la población local. entre ellos podemos mencionar; Expendios de bebidas y alimentos preparados, lavandería y tintorería, arrendamiento de automóviles.

#### 4.- POLITICAS DE DESARROLLO

##### 4.1 POLITICAS GLOBALES DE DESARROLLO.

- Diseñar estrategias para conseguir una mayor participación de la comunidad y en general la movilización popular, así como una mayor comunicación entre gobierno y gobernados.
- Promover el desarrollo de las regiones menos favorecidas.
- Diseñar estrategias para incorporar a la vida económica, especialmente en el sector rural a esa enorme fuerza de trabajo representada por las mujeres, y que esta incorporación sea preferentemente en beneficio de los niveles de vida de la familia.
- Pugnar para que todos los habitantes del estado de Michoacán tengan iguales oportunidades en la educación, la cultura, el empleo, recreación y la capacitación para el trabajo.



- El cambio social orientado con una ideología progresista, deja huella más profunda en el ánimo de la población que las obras monumentales.
- Pugnar en cada área para conseguir y fortalecer la organización social de productores, consumidores, prestadores de servicios e inducir la participación de los distintos sectores en las desiciones estatales.

#### 4.2 POLITICAS ESPECIFICAS DE DESARROLLO.

- Capacitar a los habitantes de la comunicad para ofrecer alternativas de empleo.
- Contribuir a diversificar la mano de obra.
- Involucrar a los habitantes donde se instalen los centros de desarrollo, en su organización y mantenimiento.
- Conservar el aspecto típico de las poblaciones y mantener el equilibrio ecológico.
- Fomentar el desarrollo de las artesanías como actividad colateral al turismo.

5.- MEDIO FISICO Y NATURAL DE LA ZONA CENTRO DEL ESTADO DE MICHOACAN

5.1 ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA ZONA CENTRO DEL ESTADO DE MICHOACAN

5.1.1 ATRACTIVOS TURISTICOS DE MORELIA, MICH.

- MUSEO REGIONAL MICHOACANO
- MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO
- CASA NATAL DE MORELOS
- CENTRO CULTURAL MICHOACANO
- MUSEO MICHOACANO DE ARTE PREHISPANICO
- EX-CONVENTO DE SAN FRANCISCO
- EX-CONVENTO DE SAN AGUSTIN
- EX-CONVENTO DE SAN DIEGO
- EX-CONVENTO DEL CARMEN
- PALACIO DE CLAVIJERO
- COLEGIO DE SAN NICOLAS HIDALGO
- PALACIO DE JUSTICIA
- IGLESIA DE LA MERCED

- IGLESIA DE CAPUCHINAS
- ACUEDUCTO
- PALACIO DE GOBIERNO
- PALACIO DEL ARTESANO
- IGLESIA DE LA CRUZ

## 5.1.2 ATRACTIVOS TURISTICOS DE PATZCUARO, MICHOACAN

- FESTIVIDADES DEL DIA DE MUERTOS
- FESTIVIDADES DE SEMANA SANTA
- EX-CONVENTO E IGLESIA DE SAN FRANCISCO S.XVI
- EX-CONVENTO E IGLESIA DE SAN AGUSTIN S.XVI
- EX-CONVENTO DE SANTA CATALINA S.XVII
- IGLESIA DE LA BASILICA
- IGLESIA DE LA COMPAÑIA S.XVI
- IGLESIA DEL SAGRARIO
- PARROQUIA DE SANTA MARTHA
- CASAS CONSITORIALES
- PALACIO MUNICIPAL
- COLEGIO DE SAN NICOLAS S.XVI
- MUSEO DE ARTE POPULAR
- MIRADOR EL ESTRIBO, CASA TIPICA TARASCA CON VISTA AL LAGO
- MONUMENTO A MORELOS CON MIRADOR
- LAGO DE PATZCUARO
- ISLA DE JANITZIO, ISLA DE PACANDA E ISLA JARACUARA
- PASEO EN LANCHA Y PESCA

## 5.1.3 ATRACTIVOS TURISTICOS TZINTZUNTZAN MICHOACAN.

- YACATAS DE TZINTZUNTZAN
- EX-CONVENTO AGUSTINO S.XVI
- MERCADO DE ARTESANIAS DE PAJA, MADERA, BARRO Y TELAS
- LAGO DE PATZCUARO

## 5.1.4 ATRACTIVOS TURISTICOS DE QUIROGA, MICHOACAN.

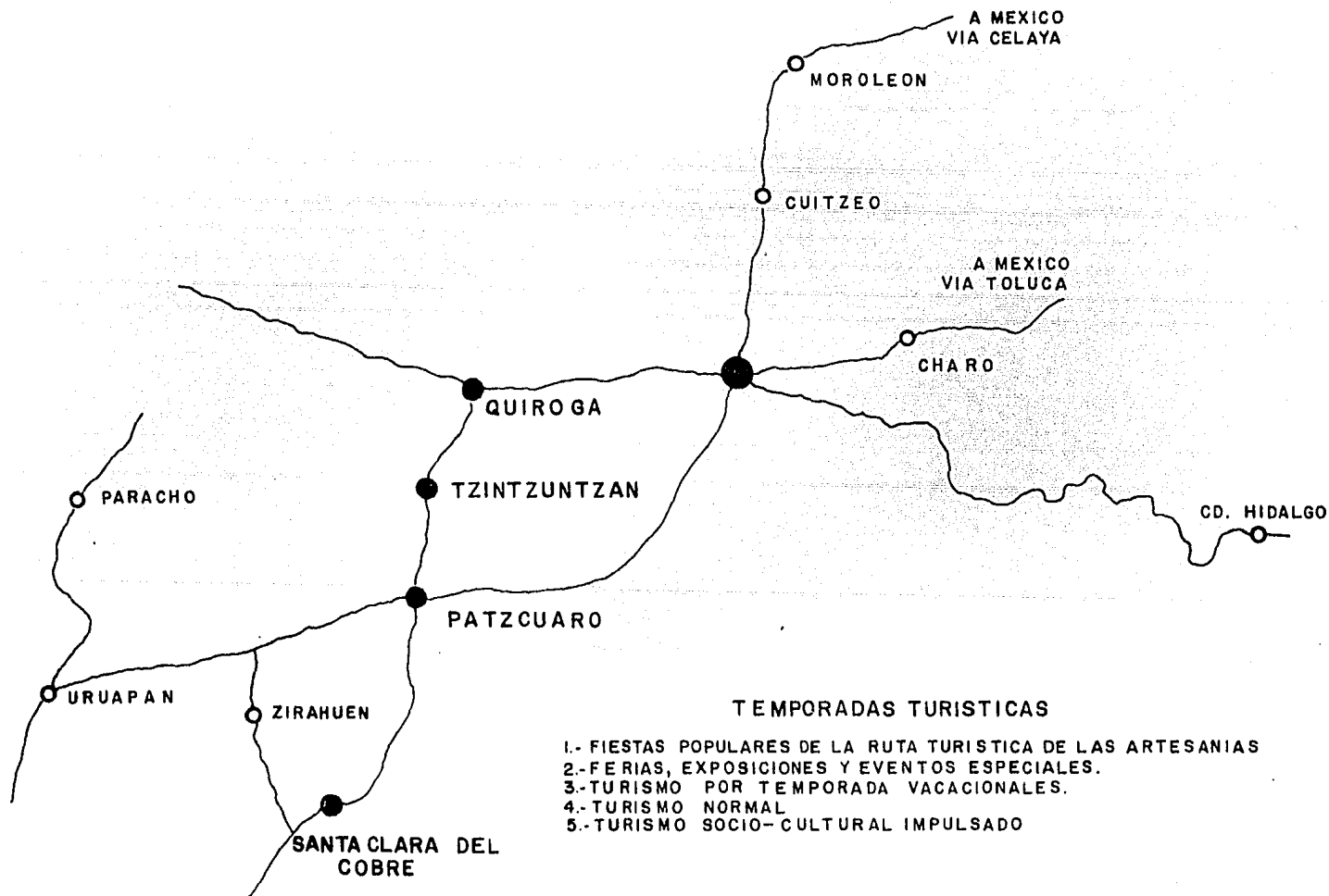
- IGLESIA AGUSTINA DEL SIGLO XVI
- VENTA DE ARTESANIAS DE BARRO, MADERA, COBRE, PIEL, MUEBLES
- LAGO DE PATZCUARO

## 5.1.5 ATRACTIVOS TURISTICOS DE SANTA CLARA DEL COBRE.

- MUSEO DEL COBRE
- CASA DEL ARTESANO
- CASA DE PITO PEREZ
- HOSPITAL AGUSTINO DEL SIGLO XVI
- QUIOSCO
- IGLESIA AGUSTINA DEL SIGLO XVI

- LAGO DE SIRAHUEN
- FERIA NACIONAL DEL COBRE DEL 12 AL 15 DE AGOSTO
- FABRICACION Y VENTA DE ARTESANIAS DE COBRE MARTILLADO.

# RUTA TURISTICA DE LAS ARTESANIAS



## TEMPORADAS TURISTICAS

- 1.- FIESTAS POPULARES DE LA RUTA TURISTICA DE LAS ARTESANIAS
- 2.- FERIAS, EXPOSICIONES Y EVENTOS ESPECIALES.
- 3.- TURISMO POR TEMPORADA VACACIONALES.
- 4.- TURISMO NORMAL
- 5.- TURISMO SOCIO-CULTURAL IMPULSADO

### 5.3 FOLKLORE DEL ESTADO DE MICHOACAN.

Las atracciones populares en el estado de Michoacán, se han transmitido, y por ende conservado, íntegramente de generación en generación, siendo un atractivo más para el visitante. Las más representativas son: Música de viento, música de cuerda, música purepecha y tarasca, danza de los viejitos, de los negros, curpites, mangas, danza de los guerreros, canacuas, del palotero, toritos de petate, bailadores de artesa, arrieros, tlahualiles, mariquillas, del guajolote, además de las tradicionales pastorelas.

### 5.4 GASTRONOMIA.

La cocina michoacana se caracteriza por una regionalización muy marcada, misma que se ve influenciada por los cambios climatológicos y geográficos de cada entidad.

ZONA CENTRO: Pollo placero, huchepos, corundas, enchiladas, atoles, buñuelos, rompope, dulces de leche, ates, charales, chiles rellenos, pulque.

ZONA LACUSTRE: Pescado blanco, truchas, caldo michi, pozole batido, quezadillas de charal, sopa de pescado, carnitas, atole de maíz, olla podrida.



5.5 AFLUENCIA TURISTICA AÑO - 1982.  
ZONA CENTRO - MICHOACAN .

M E S E S .	MORELIA	PATZCUARO	URUAPAN	T O T A L
Enero	48,392	12,593	39,293	100,278
Febrero	43,903	12,181	35,813	91,897
Marzo	56,506	14,211	44,388	115,105
Abril	105,713	85,944	96,034	287,691
Mayo	76,481	16,566	45,544	138,591
Junio	60,079	13,621	41,488	115,188
Julio	80,805	22,269	60,629	163,703
Agosto	78,542	21,496	57,045	157,083
Septiembre	57,885	15,543	43,210	116,638
Octubre	55,613	12,343	39,088	107,044
Noviembre	61,479	43,323	45,151	149,953
Diciembre	72,443	49,363	52,531	174,337
	797,841	319,453	600,214	1'717,508

## 5.6 DEMANDA TURISTICA.

De la afluencia turística total en el Estado de Michoacán durante 1980, el 93.8% correspondió a turistas nacionales y el 6.2% a turistas extranjeros. La derrama económica para el mismo año fue de mil 132 millones 377 mil 990 pesos, con un gasto promedio diario de 400 pesos por turista.

El porcentaje de ocupación fue de 55% y la estancia promedio durante 1980 de 2.5 días.

AFLUENCIA TURISTICA DEL EDO. DE MICHOACAN.  
(MILES DE TURISTAS)

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL	ESTANCIA.
1975	1624	104	1728	1.5
1976	1116	205	1321	2.1
1977	1461	177	1638	1.8
1978	2200	177	2377	1.6
1979	2299	203	2502	1.6
1980	2031	134	2164	2.5

## 5.7 OFERTA TURISTICA ESTADO MICHOACAN 1981

## ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.

(REGISTRADOS EN LA SECRETARIA DE TURISMO)

LOCALIDAD	ESTABLECI MIENTOS.	%	CUAR TOS.	%	EST. DE - CALIDAD - TURISTICA	CUARTOS DE CALIDAD - TURISTICA.	ESTACIONAM. PARA CASAS RODANTES.	ESPACIO
MORELIA	104	23.5	2649	26.3	36	12433	1	8
URUAPAN	66	14.2	1780	17.7	22	801	2	25
PATZCUARO	30	7.0	543	5.4	17	300	4	224
QUIROGA	1	.22	22	.21				
TZINTZUNTZAN	1	.22	6	.05				

## 5.8 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

(REGISTRADOS EN LA SECRETARIA DE TURISMO)

LOCA- LICAD	ESTABLECI MIENTOS.	RESTAU RANTES	RESTAURAN TES B A R	BARES	CENTROS - NOCTURNOS	CAFETERIAS	NEVERIAS
MORELIA	91	72	6	1	1	10	1
URUAPAN	43	33	7	-	-	3	-
PATZCUARO	27	22	3	-	-	2	-

## 5.9 INGRESO GENERADO POR EL TURISMO EN EL PERIODO

76-80 EDO. DE MICHOACAN

AÑO	NUMERO DE VISITANTES		ESTADIA FLOTANTE	PROMEDIO. HOSPEDADO	PROMEDIO DE GASTO DIARIO PESOS.		INGRESO TOTAL. EN PESOS.
	FLOTANTE	HOSPEDADO			FLOTANTE	HOSPEDADO	
1976	648,426	1'152,756	1	2.6	90	272	850,293,480
1977	571,996	1'499,443	1	2.1	100	288	1'046,427,950
1978	779,275	1'385,379	1	2.5	120	300	1'132,267,990
1979	668,776	1'621,431	1	2.5	120	312	1'344,969.456
1980	779,918	1'730,509	1	2.7	140	312	1'566,969,208

## 6.- ANTECEDENTES HISTORICOS

Los encomenderos españoles establecidos en la parte central de Michoacán, descubrieron que en determinada área, ocupada hoy por los municipios de Churumuco, la Huacana, Nuevo Urecho, Paracho, Tacambaro, Taretan, Turicato y otros más lejanos, abundaba el cobre tan usado por los tarascos.

De la Historia de la cultura indígena se tiene una idea muy general, se han realizado investigaciones sistemáticas sólo en Tzintzuntzan, y constantemente los campesinos al arar la tierra descubren idolillos, piezas de cerámica y hachas de cobre.

El Obispo Don Benito Ma. de Mojo, descubrió en la región de Zamora una gran tumba -- que atribuyó a un Jefe Tarasco, localizando un gran alfanje de cobre que llamó la -- atención por el temple extraordinario que tenía, como podemos ver la utilización del cobre data desde la época de los tarascos y constituye uno de los elementos característicos de su cultura.

En 1553 el Agustino Fray Francisco de Villa Fuerte fundó "una Doctrina de Indios" y

obtuvo la correspondiente cédula real que acreditaba la fundación legal del poblado denominado "Santa Clara de los Cobres".

En esa época se fundía y labraba cobre en Santa Clara. Pero la industria fue perfeccionada por Don Vasco de Quiroga, que con tal objeto trajo de España expertos artesanos, los que instruyendo a los nativos lograron el desarrollo de la industria.

A fines del siglo XVIII se incendió la fundición y gran parte del pueblo y del Convento. Al llevarse a cabo la reconstrucción afluyeron operarios y hombres de empresa que continuaron la industria y establecieron otros negocios, así Santa Clara adquirió prestigio por la calidad y la cantidad de los objetos labrados como alambiques, cazos, charolas, juegos para lavabo compuestos por jofaina, jarra y cubeta y toda clase de objetos.

El 20 de Enero de 1788 se hizo cargo de la parroquia el cura Don Joaquín Hidalgo y Costilla, hermano del padre de la patria y estuvo al frente de ella hasta el 14 de Noviembre de 1794 como consta en los archivos de la parroquia. En 1791 se nombra sacristán honorario de esta parroquia al cura Don Miguel Hidalgo y Costilla, figu-

rando de esta forma en la historia de Santa Clara.

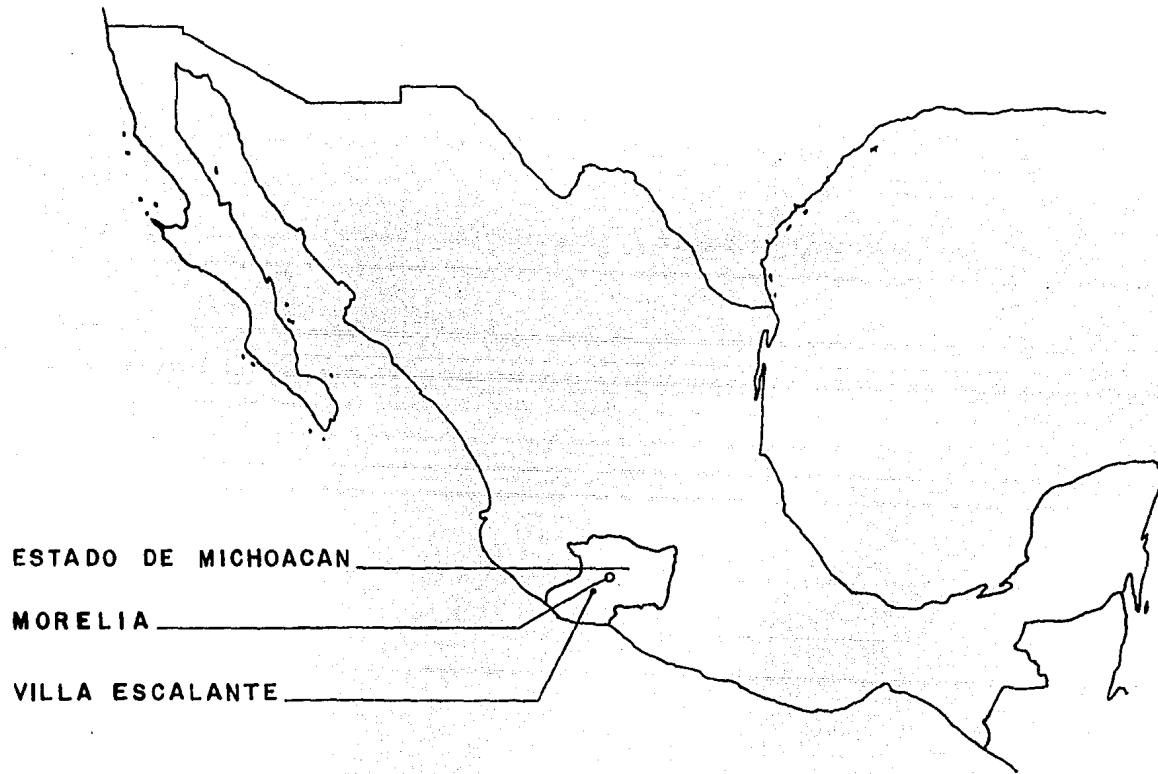
El 19 de Noviembre de 1858 tomó el nombre de "Villa de Portugal", en honor a Don Honofre Portugal, insigne vecino de Santa Clara y patriota de la independencia. Este nombre se cambió por petición hecha al gobierno quedando así como "Santa Clara de Portugal".

Santa Clara alcanza un gran apogeo en la época de la reforma, en la década de 1870-1880 al ser explotadas las minas de Inguarán y Oropeo de los señores Arriaga y Castrejón vecinos de la villa y que abastecían a más de 20 fraguas en diferentes estados y a los talleres de Santa Clara, al mismo tiempo se dedicaron a cultivar las artes literarias formando "La sociedad de emulación mútua".

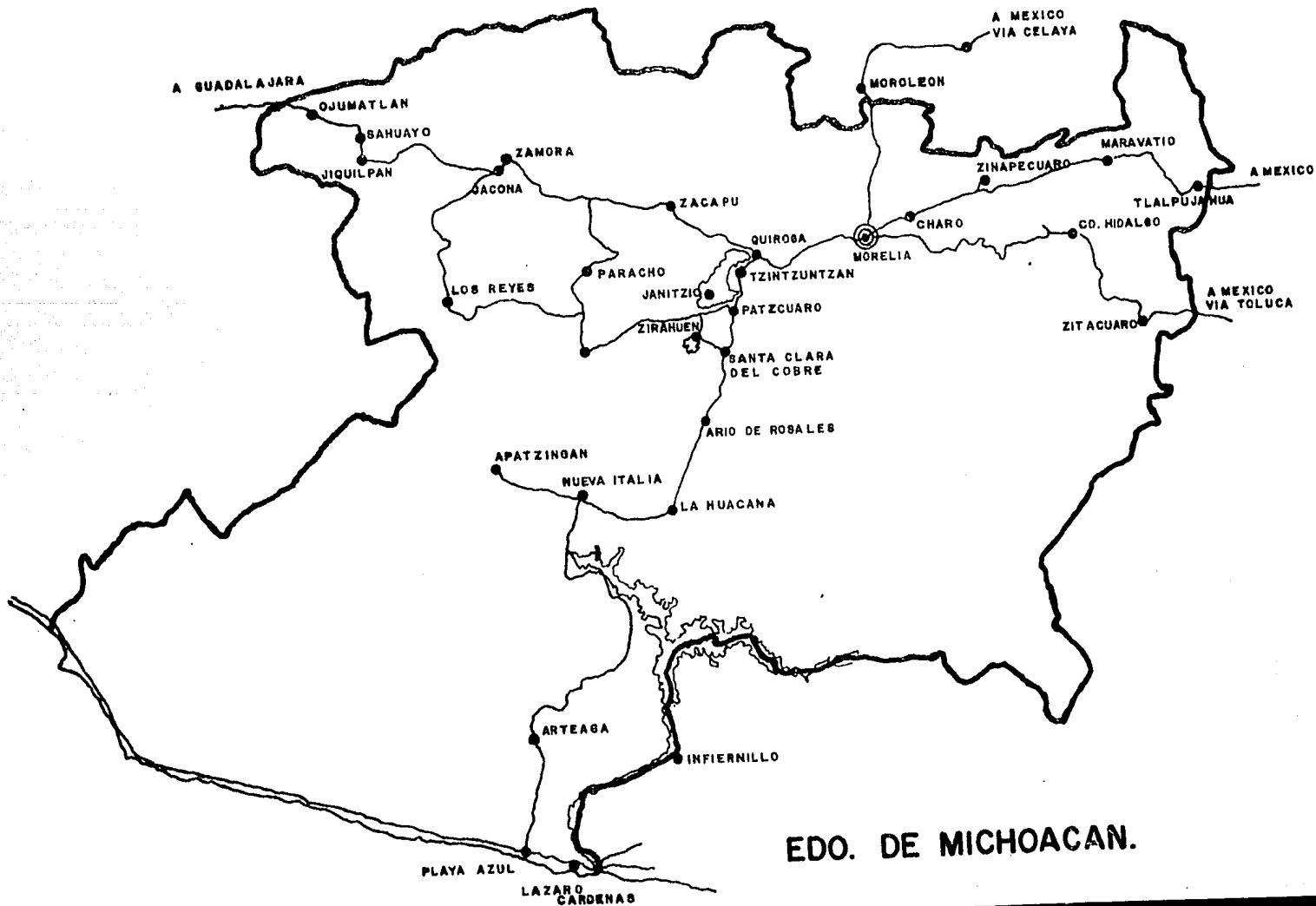
Santa Clara tomó el nombre de "Villa Escalante" en honor del caudillo revolucionario Salvador Escalante el 19 de Mayo de 1932 siendo Gobernador del estado el Gral. Lázaro Cárdenas. Posteriormente recobra su antiguo nombre de "Santa Clara del Cobre que es como se le conoce en la actualidad. Al municipio se le llama Salvador Escalante.

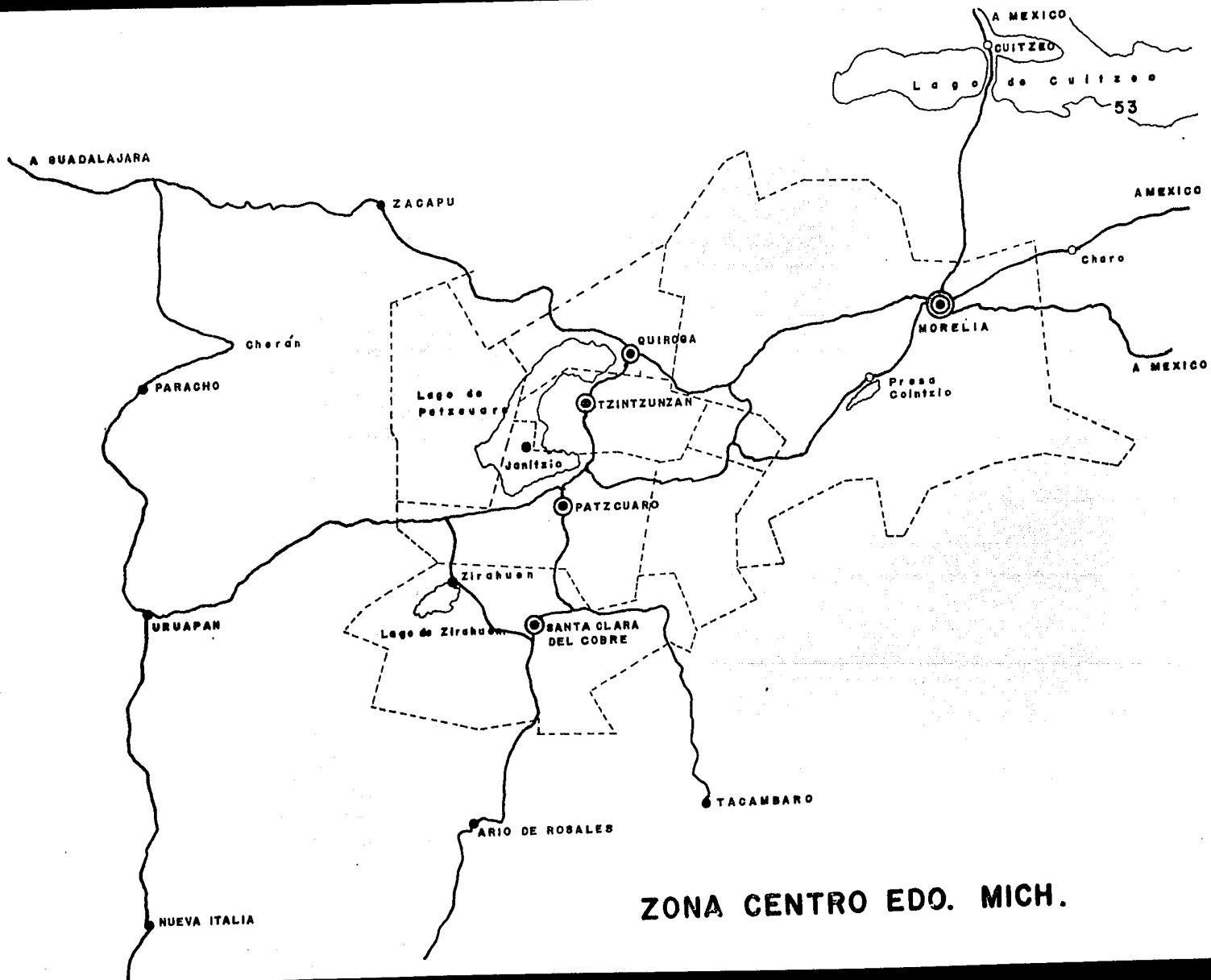


Con motivo de la introducción de la energía eléctrica en el año de 1946 se llevó -- a cabo dentro de las festividades septembrinas la primera exposición y concurso de artefactos de cobre, así continuaron hasta el año de 1949, fecha en la que se cam-- bia la feria a los días comprendidos del 12 al 15 de Agosto en que se celebran las fiestas del pueblo, y en 1964 alcanza la denominación de "Feria Nacional del Cobre", que tiene paralelo únicamente con la "Feria Nacional de la Plata" de Taxco, Guerre-- ro.



## UBICACION GEOGRAFICA





ZONA CENTRO EDO. MICH.



## TEMPERATURAS:

mínima 5.4 °C

Media 15.8 °C

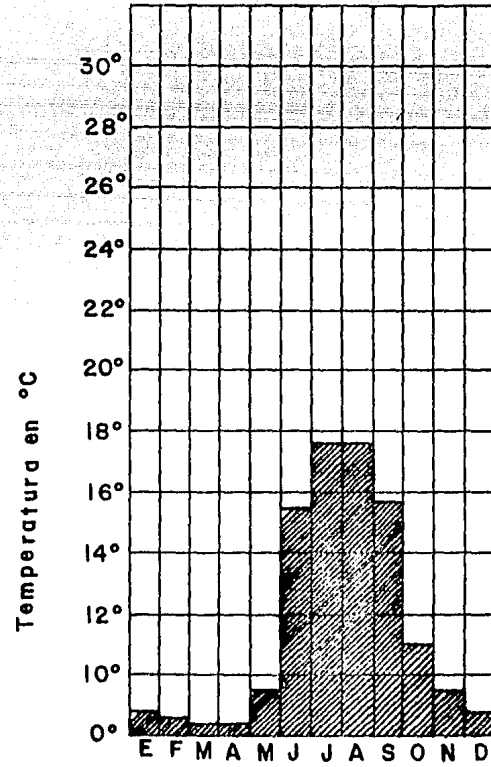
Máxima 24.1 °C

## PRECIPITACION PLUVIAL

780.4 mm<sup>3</sup> (ver gráfica)

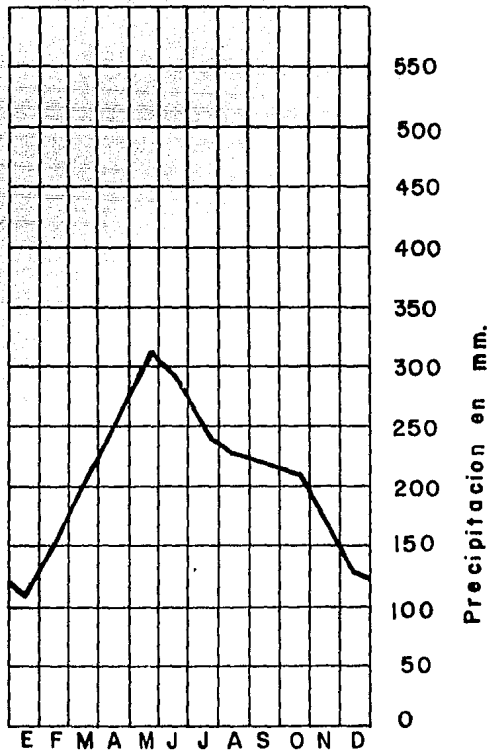
# GRAFICA DE CLIMA

56



# GRAFICA DE PRECIPITACION PLUVIAL

57





### 7.3 ACTIVIDAD ECONOMICA:

AGRICULTURA: Maíz, trigo, frijol, cebada.

FRUTICULTURA: Membrillo, durazno, tejocote, higo y pera.

GANADERIA: Bovino, porcino, ovino y aves

SILVICULTURA: Pinos, encino, parota.

INDUSTRIA: fabricación de artículos de cobre, muebles regionales de madera, cajas de madera para empaque.

### 7.4 COMUNICACIONES:

A 79 Km. de Morelia por la carretera Morelia - Patzcuaro - Opodeo - - Santa Clara del Cobre - Ario de Rosales. O por la carretera Morelia - Patzcuaro - Zirahuen - Santa Clara del Cobre. (por la carretera a Uruapan).

CORREOS: Dos oficinas de correos, una oficina de telégrafos, cuarenta y dos líneas telefónicas.

TRANSPORTE: Servicio regular de taxis y autobuses foráneos

#### 7.5 EDUCACION:

Tres escuelas preescolares, cincuenta primarias, tres Secundarias y una preparatoria por cooperación.

POBLACION ESCOLAR: 8,171 alumnos en el ciclo escolar 1979-1980 atendidos por 218 profesores.

#### 7.6 SALUD:

Centro de Salud "C" de la S.S.A., una unidad médica del I.M.S.S.

#### 7.7 INFRAESTRUCTURA URBANA A NIVEL MUNICIPAL:

Santa Clara del Cobre cuenta con agua, luz drenaje, pavimento de asfalto en la carretera, calles empedradas, banquetas, teléfono, y telégrafo.

## 7.8 EQUIPAMIENTO URBANO

- 7.8.1 EDUCACION: 3 escuelas preescolares  
50 primarias  
3 secundarias  
1 preparatoria por cooperación

POBLACION ESCOLAR: 8,171 alumnos atendidos por 218 profesores

- 7.8.2 SALUD: 1 Centro de Salud "C" de la S.S.A.  
1 Unidad Médica del I.M.S.S.  
2 Consultorios Médicos  
1 Consultorio Dental  
4 Farmacias  
1 Centro de Alcoholicos Anónimos

- 7.8.3 RECREACION: CULTURAL: Museo del cobre, Casa del Artesano, -  
3 iglesias del siglo XVI.

FISICA: Canchas de fut-bol, basquet-bol, bolibol, paseos - en lancha en el lago Sirahuen, pesca, paseos y días de campo en las zonas boscosas de Santa Clara y -- del lago de Sirahuen.

7.8.4 COMERCIO: PRIMERA NECESIDAD: 58 miscelaneas

5 molinos de nixtamal

7 carnicerías

1 mercado

SEGUNDA NECESIDAD: 2 Papelerías

4 farmacias

2 zapaterías

2 tiendas de ropa

1 depósito de cerveza

2 tiendas de art. deportivos

2 paleterías

1 florería

ESPECIALIZADO:           3 restaurantes  
                               6 loncherías  
                               25 Expendios de arts. de cobre  
                               3 expendios de vinos y licores  
                               1 ferretería  
                               1 refaccionaria automotriz  
                               1 mueblería  
                               2 venta y rep. de radio y T.V.  
                               1 funeraria  
                               1 gasolinería  
                               1 materiales para construcción

7.8.5   ADMINISTRACION PUBLICA:   Presidencia Municipal  
   Oficina del Ministerio Público  
   Oficina de Correos y Telégrafos  
   Oficina de Teléfonos  
   Oficina de S.A.R.H.

7.8.6   TRABAJO:   ARTESANAL:       Elaboración de art. de cobre

## LIGERO:

- 1 vulcanizadora
- 1 establecimiento de baños públicos
- 1 peluquería
- 2 talleres de hojalatería y pintura
- 2 talleres mecánicos
- 2 herrerías
- 10 fábricas de cajas de madera para empaque
- 1 fábrica de tabique
- 1 fábrica de mosaico
- 1 fábrica de muebles de madera
- 1 fábrica de muebles de palma
- 1 taller de confección de ropa.

7.8.7 FINANZAS: Banco Nacional de Crédito Rural y Banco Serfin

#### 8.- VIAS DE COMUNICACION.

El centro turístico Santa Clara del Cobre, localizado en el municipio de Salvador Escalante Estado de Michoacán, tendrá acceso por vía terrestre por la carretera federal 120. Para el turismo proveniente de la Cd. de México, existen tres alternativas para llegar a la Cd. de Morelia y son: a) México-Morelia, pasando por el Oro, Tlalpujahuá, Maravatío, Queréndaro y Charo, b) México-Morelia, pasando por Zitácuaro y Cd. Hidalgo, c) México-Morelia, saliendo por la autopista a Querétaro y pasando por las siguientes poblaciones del Estado de Querétaro: Acambaro, Salvatierra, Yuriria, Uriangato y Moroleón, para continuar por cuitzeo y finalmente Morelia.

Posteriormente de la Ciudad de Morelia se puede llegar a Santa Clara tomando por la carretera que pasa por la presa Cointzio, Tiripetio, Huiramba, Pátzcuaro y Opopeo.

La otra alternativa la constituye la llamada ruta turística de las artesanías que pasa por Quiroga, Tzintzuntzan, Patzcuaro y finalmente Santa Clara.

Para el turismo proveniente de la Cd. de Guadalajara, el acceso se puede tener por -

la carretera federal No. 15 que pasa por la Barca, Zamora, Zacapu y Quiroga, o por -  
la carretera que pasa por Uruapan y Zirahuen hasta llegar a Santa Clara del Cobre.



## 9.- PROGRAMA ARQUITECTONICO

### 9.1 ZONA HABITACIONAL

9.1.1 14 Suites

9.1.2 28 Cuartos sencillos

9.1.3 15 Cabañas

9.1.4 Servicio de piso en cuartos y suites (4 unidades)

9.1.5 Servicio de piso en cabañas (2 unidades)

### 9.2 ADMINISTRACION

9.2.1. Zona de recepción

9.2.2 Zona de Loby Bar

9.2.3 Zona de Administración

### 9.3 ZONA COMERCIAL

9.3.1 Restaurant-Bar

9.3.2 Restaurant - Terraza

- 9.3.3 Sala de usos múltiples
- 9.3.4 Salón de juegos de mesa
- 9.3.5 Conceción comercial
- 9.3.6 Sanitarios
- 9.3.7 Bodegas

#### 9.4 ZONA RECREATIVA

- 9.4.1 Alberca y Chapoteadero a cubierto
- 9.4.2 Canchas de Squash
- 9.4.3 Canchas de tenis
- 9.4.4 Zona de juegos infantiles
- 9.4.5 Caballerizas
- 9.4.6 Sanitarios - Vestidores

#### 9.5 ZONA DE SERVICIOS

- 9.5.1 Cocina principal
- 9.5.2 Lavandería

- 9.5.3 Talleres de mantenimiento: albañilería, carpintería, herrería, pintura, electricidad.
- 9.5.4 Cuarto de máquinas
- 9.5.5 Baños para empleados
- 9.5.6 Bodegas
- 9.5.7 Estacionamiento

## 10. DESCRIPCION DEL PROYECTO

El centro turístico Santa Clara del Cobre se desarrolla teniendo como zona central - el área recreativa, tomando esta área como una zona de gran atractivo tanto para los edificios de habitaciones y administración, como para las cabañas, por la gran actividad que se genera en torno a las canchas de tenis, zona de juegos infantiles y edificio de alberca, canchas de squash y vestidores, articulado todo ello mediante andadores, escalinatas y plazas.

Se tomó como criterio para el desarrollo de este conjunto el concepto de vida al aire libre en grandes zonas jardinadas , canchas y juegos infantiles, andadores y plazas - en distintos niveles, amenizadas con fuentes y jardineras.

Para la ubicación de los edificios se tomó como criterio principal las perspectivas - hacia el valle, las montañas y el centro de Santa Clara del Cobre, siguiendo además - las curvas de nivel con el objeto de tener en menor movimiento de tierra posible tanto en excavaciones como en rellenos.

- Edificio de Administración: Se consideró este edificio como el más destacado del conjunto, por ubicarse en él, el Restaurant-Bar, el Restaurant de Terraza, el Salón de usos múltiples la conceción comercial y el Loby-Bar; además de la zona de recepción, la zona administrativa y la zona de servicios con cocina y sanitarios.

Este edificio cuenta con una plaza de acceso directo desde el estacionamiento.

- Edificios de Habitaciones: Se optó por solucionar esta zona mediante dos edificios que parten del edificio de administración para evitar grandes recorridos a los usuarios y a las personas encargadas del servicio, y también para tener acceso directo al restaurant bar o a la zona de terraza. En la planta baja de estos edificios se cuenta con salida desde las terrazas a la zona recreativa.

- Zona de Cabañas: Para la solución de esta zona se tomó muy en cuenta el concepto inicial de vida al aire libre y pleno contacto con la naturaleza. A través de extensas zonas jardinadas y agrupando las cabañas alrededor de plazas con fuentes y jardineras. El acceso a las cabañas desde estas plazas se tiene por medio de andadores y escalinatas donde la topografía del terreno lo requiere.

Al circular por las plazas situadas a diferentes niveles se tienen muy diversas - perspectivas, en unas ocasiones los remates visuales son las fuentes y jardineras en otras una sucesión de cabañas, en otras más las zonas arboladas del interior - del conjunto, pero también desde éstas plazas se tienen las perspectivas del cen- tro de Santa Clara, el Valle y la zona montañosa y de bosque a lo lejos.

Gracias a la rítmica disposición del conjunto de cabañas se logró que ninguna de las cabañas obstruyera la vista principal a otra. La integración de las cabañas con el exterior no sólo es a través de la puerta de acceso, sino que además es vi- sual y auditiva y a través de las terrazas de cada una que la integran, ya sea a - una plaza (en la mayoría de los casos), o bien a las áreas jardinadas del conjun- to, a través de andadores y escalinatas.

- Edificio de Alberca a cubierto, Canchas de squash y vestidores para este edifi- cio se consideró factor importante el dato referente a la temperatura, que si bien en la investigación se conoció que Santa Clara posee clima templado, la gráfica - del clima nos muestra una cierta tendencia hacia el clima un tanto frío; por ello se optó por techar la alberca con una cubierta de estructura espacial, que además

de cubrir un gran claro nos proporciona la ventaja de aislar el interior de los - agentes atmosféricos adversos mediante el uso de láminas translúcidas.

El acceso a este edificio se enmarca por los dos grandes volúmenes de las canchas de squash que dan acceso a un vestíbulo que distribuye, ya sea hacia la alberca, - los vestidores, el mirador de las canchas de squash, o bien a las mismas canchas.

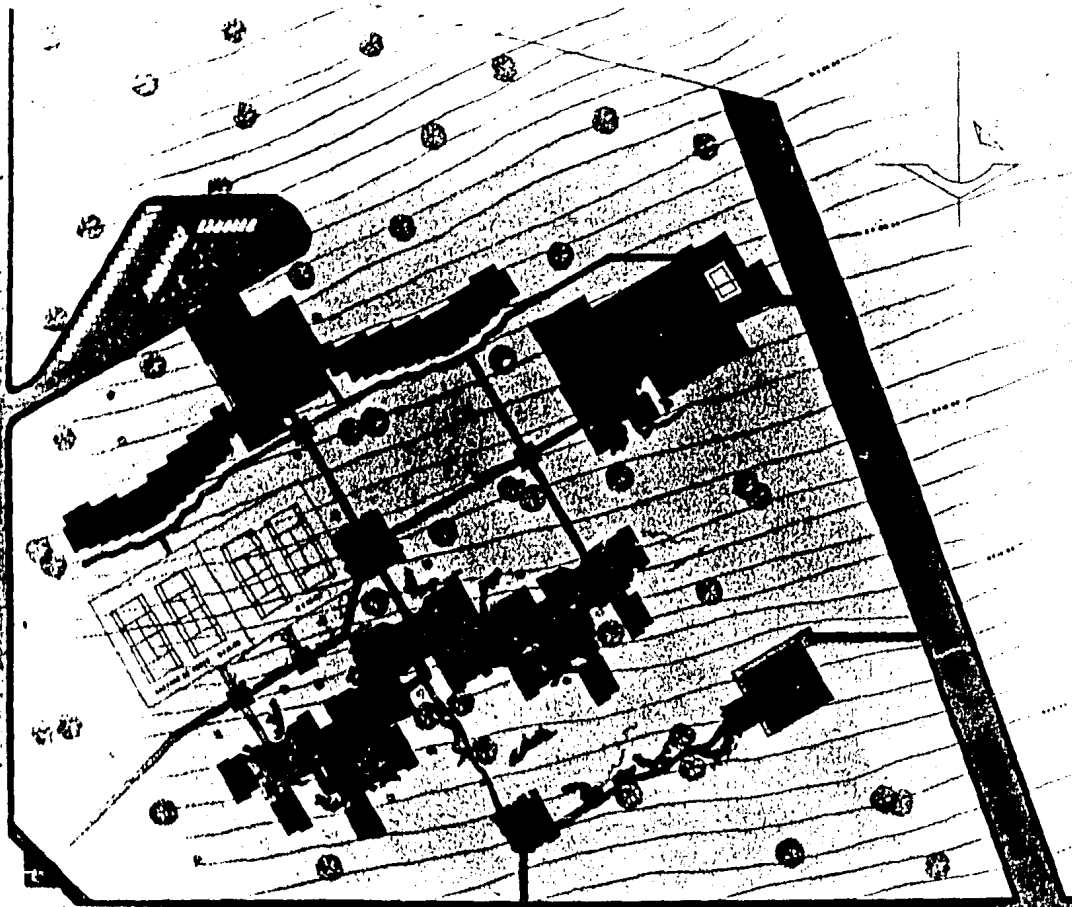
- Caballerizas: Como complemento a los atractivos de este centro se propusieron -- estas caballerizas para poder ofrecer pequeños paseos a caballo en el interior -- del centro, o bien en las grandes zonas boscosas de los alrededores de Santa Clara, y como una posibilidad más paseos a caballo al lago de Zirahuen. Con el objeto de evitar que los vientos dominantes afectaran al conjunto con olores desagradables y posibles escurrimientos de desechos en épocas de lluvias, se ubicaron -- las caballerizas en la parte más baja del terreno y en donde los olores fueran -- desplazados al exterior del conjunto.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE SUCRE  
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS DE INGENIERÍA DE SISTEMAS  
CARRERA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

TRABAJO DE GRADUACIÓN  
DISEÑO DE UN SISTEMA DE  
CONTROL DE ACCESO A UN  
SERVIDOR

TESIS PROFESIONAL

INGENIERO EN SISTEMAS



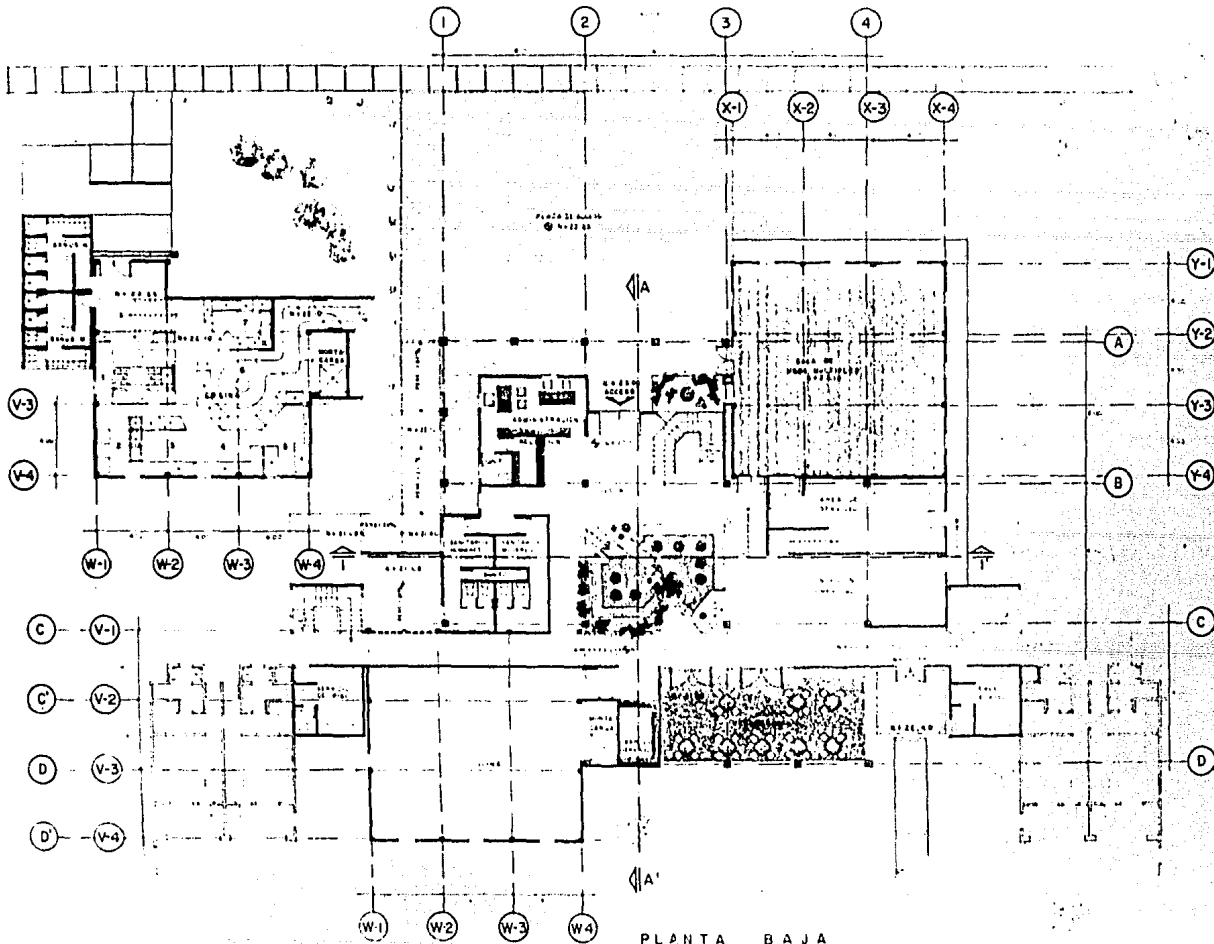
CENTRO TURÍSTICO  
SANTA CLARA DEL COBRE

PLANTA DE CONJUNTO

A-1

ESCALA 1:1000



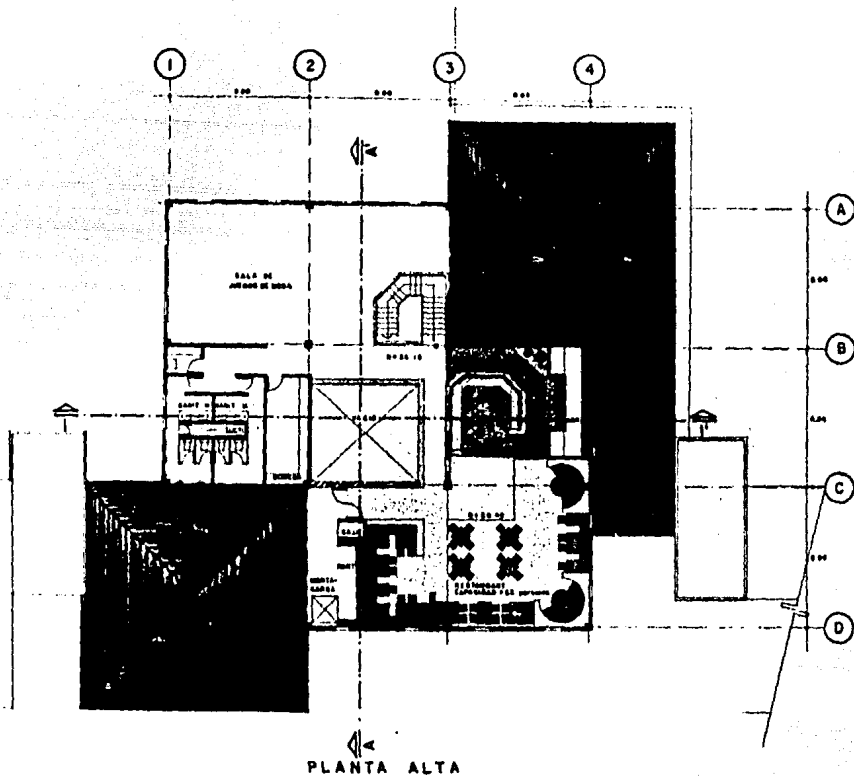


PLANTA BAJA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE AERONÁUTICA  
 ESCUELA DE INGENIERÍA EN AERONÁUTICA  
 TESIS PROFESIONAL  
 ALVARO TORRES LARREA

- SIMBOLOGÍA**
- COCINA**
- 1 ZONA DE ALMACÉN Y REPOSICIÓN
  - 2 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 3 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 4 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 5 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 6 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 7 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 8 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 9 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 10 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 11 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 12 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 13 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 14 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 15 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 16 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 17 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 18 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 19 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 20 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 21 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 22 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 23 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 24 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 25 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 26 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 27 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 28 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 29 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 30 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 31 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 32 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 33 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 34 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 35 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 36 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 37 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 38 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 39 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 40 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 41 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 42 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 43 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 44 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 45 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 46 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 47 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 48 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 49 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 50 ZONA DE REPOSICIÓN
- ZONA DE REPOSICIÓN**
- 1 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 2 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 3 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 4 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 5 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 6 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 7 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 8 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 9 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 10 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 11 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 12 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 13 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 14 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 15 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 16 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 17 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 18 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 19 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 20 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 21 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 22 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 23 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 24 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 25 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 26 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 27 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 28 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 29 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 30 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 31 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 32 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 33 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 34 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 35 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 36 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 37 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 38 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 39 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 40 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 41 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 42 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 43 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 44 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 45 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 46 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 47 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 48 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 49 ZONA DE REPOSICIÓN
  - 50 ZONA DE REPOSICIÓN
- ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS**
- 1 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 2 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 3 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 4 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 5 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 6 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 7 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 8 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 9 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 10 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 11 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 12 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 13 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 14 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 15 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 16 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 17 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 18 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 19 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 20 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 21 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 22 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 23 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 24 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 25 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 26 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 27 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 28 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 29 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 30 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 31 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 32 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 33 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 34 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 35 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 36 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 37 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 38 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 39 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 40 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 41 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 42 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 43 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 44 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 45 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 46 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 47 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 48 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 49 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS
  - 50 ZONA DE ALIMENTOS CRUDOS

CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 EDIFICIO DE ADMINISTRACIÓN  
 A-2 2



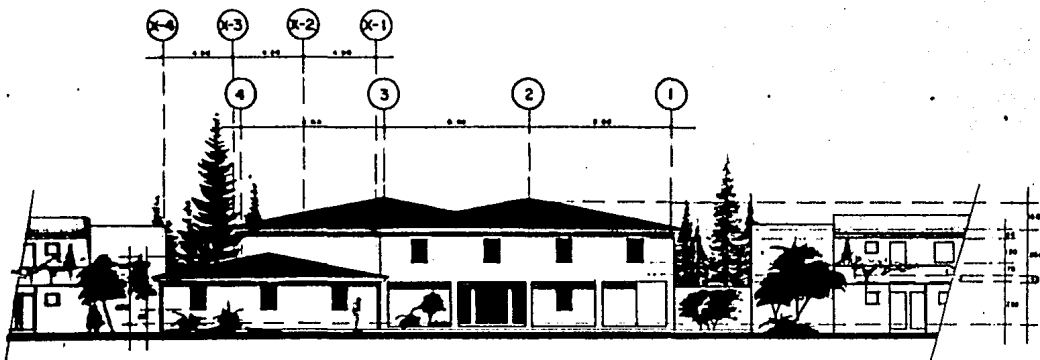
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES-ESTADÍSTICA  
 C. O. S. U. L. O. 05 ESTADÍSTICA  
 TÍTULO DE TESIS DEL ALUMNO ALBERTO GARCÍA  
 ALUMNO: ALBERTO GARCÍA GONZÁLEZ  
 DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CERRILLO  
 DEL ESTADO DE GUANAJUATO

**TESIS PROFESIONAL**  
 CENTRO TURÍSTICO DEL COBRE

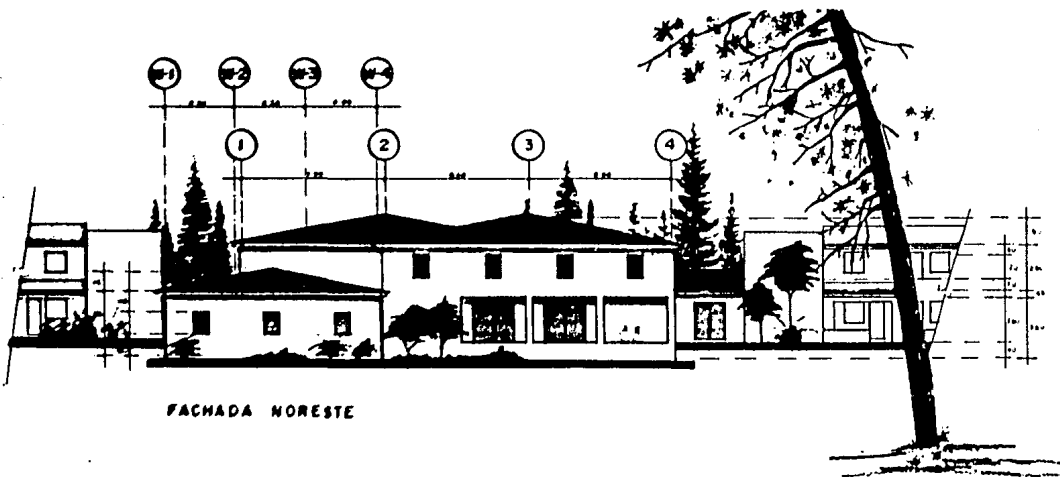
Nombre del Proyecto  
**CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE**

Nombre del Proyecto  
**EDIFICIO DE  
 ADMINISTRACION 3**

Escala: 1:100  
 Fecha: 1980



FACHADA SURESTE



FACHADA NORESTE

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ARQUITECTURA  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA  
 DIRECTOR DE TESIS DR. JOSÉ ALFONSO GARCÍA  
 PROFESOR DR. JOSÉ GARCÍA GARCÍA  
 DR. CARLOS MENDOZA MORA  
 DR. LUIS ALFREDO GARCÍA  
 DR. RENE ALONSO LARREA

TESIS PROFESIONAL

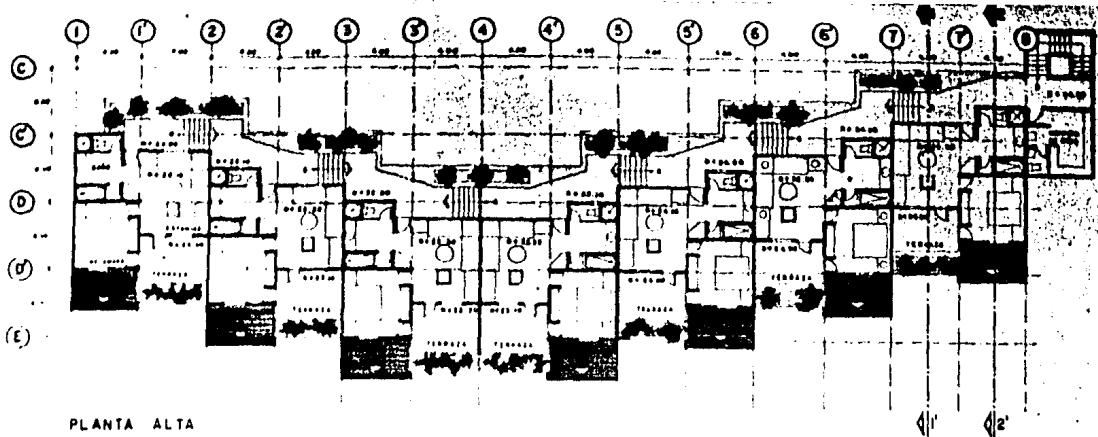
ROBERTO FONSECA GARCÍA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE

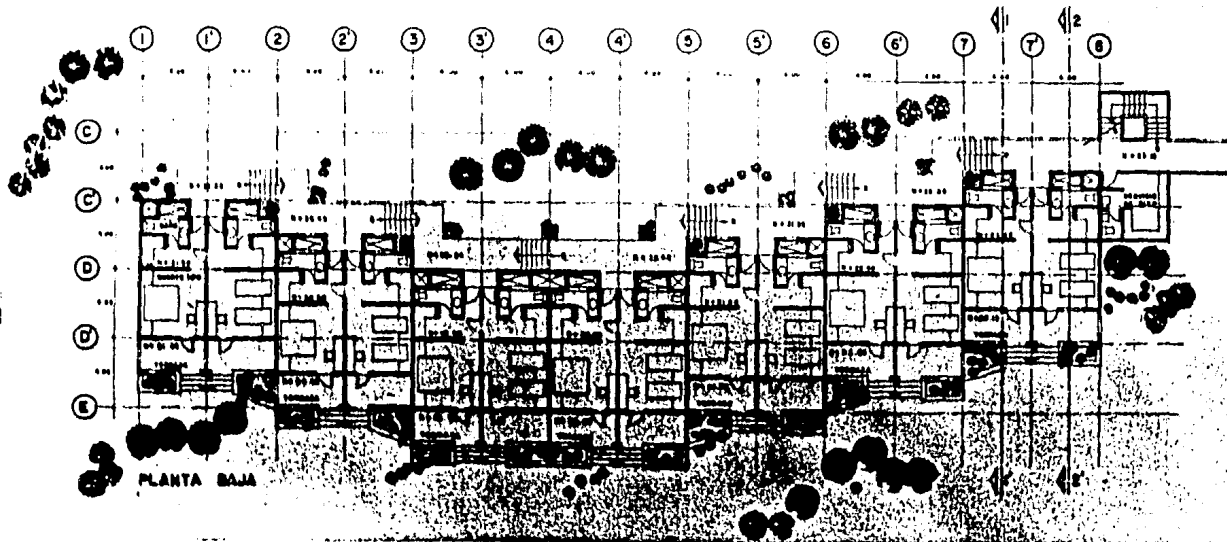
FACHADAS  
 EDIFICIO DE  
 ADMINISTRACIÓN

A-6

5



PLANTA ALTA



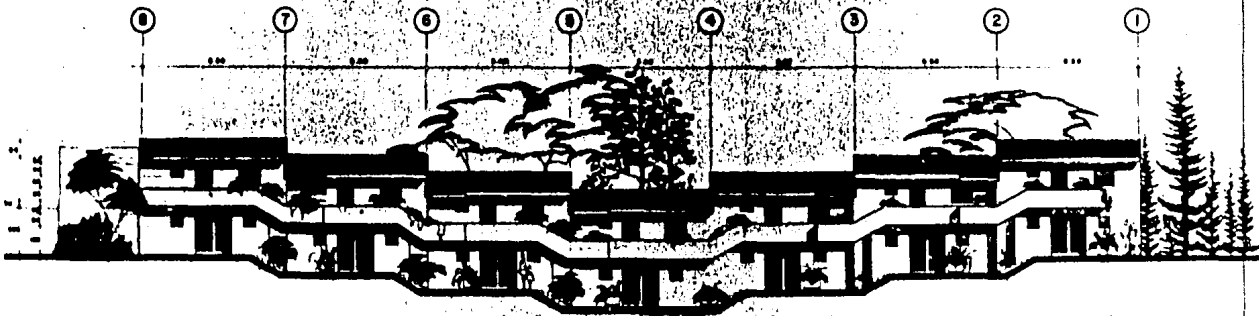
PLANTA BAJA

INSTITUCIÓN NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO  
 SECRETARÍA DE TURISMO Y CULTURA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO  
 DIRECCIÓN DE SERVICIOS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA  
**PROFESIONAL**  
 MEXICO, D.F.

CENTRO TURISTICO  
**SANTA CLARA DEL COBRE**  
 EDIFICIO DE  
**A-7 HABITACIONES 7**



FACHADA NOROESTE



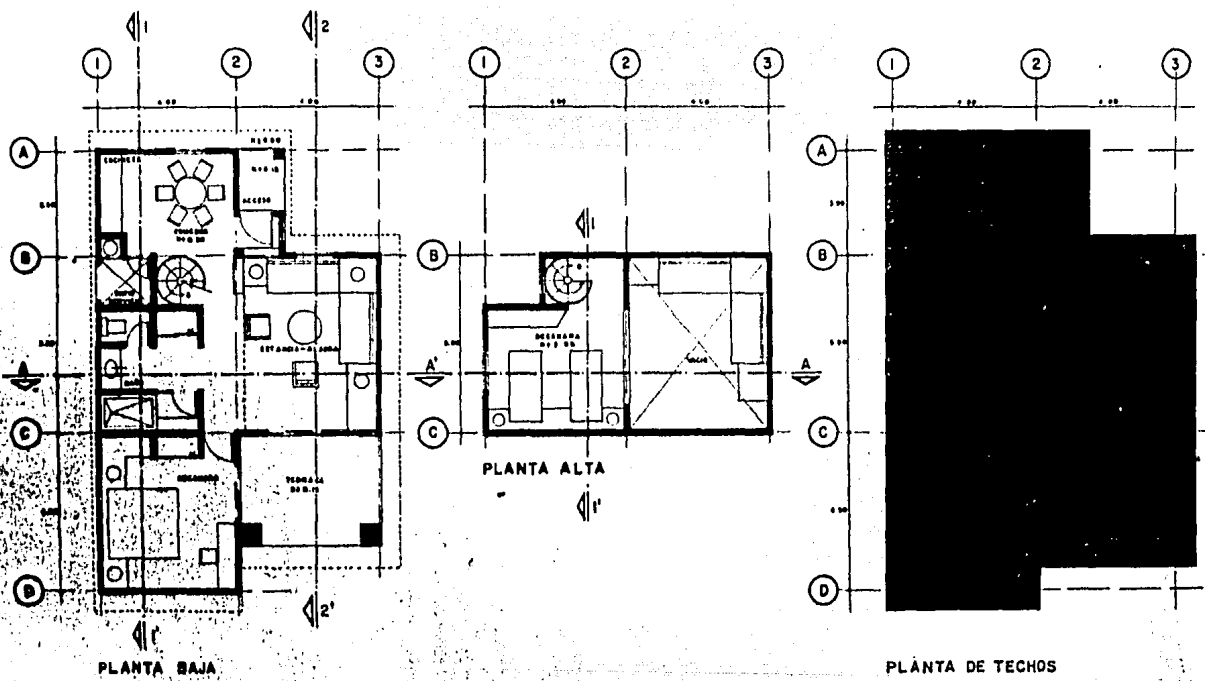
FACHADA SURESTE

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHILE  
 ESCUELA NACIONAL DE INGENIEROS PROFESIONALES  
 ESCUELA DE INGENIEROS EN ARQUITECTURA  
 DEPARTAMENTO DE PLANEACION Y DISEÑO ARQUITECTONICO  
 TESIS PROFESIONAL  
 ANEXO PROYECTO CONCRETO

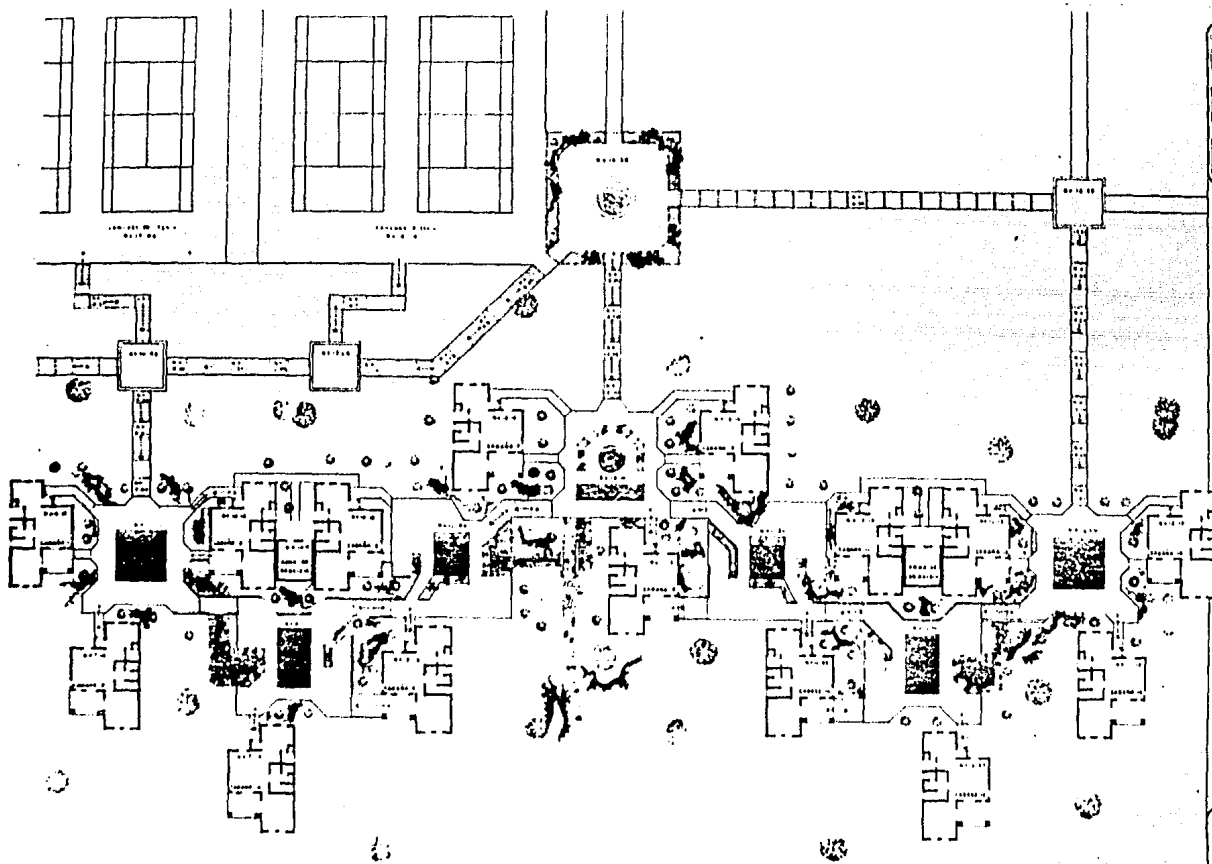
CENTRO TURISTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 FACHALAS  
 EDIFICIO DE HABITACIONES  
 A-10 10

**TESIS PROFESIONAL**

BUZALDO FONSECA CÁDIZ

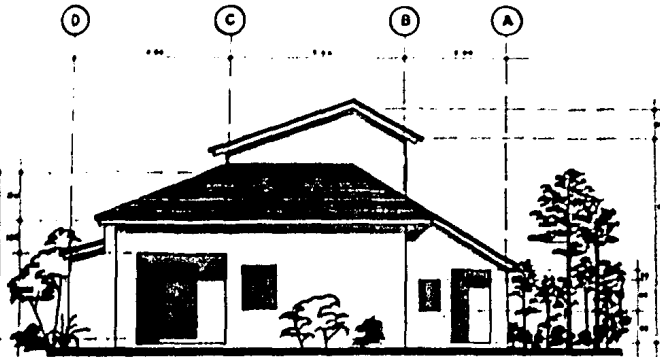


CENTRO TECNOLÓGICO		
SANTA CLARA DEL COBRE		
PLANTA	PLANTA DE	NÚMERO
A-12	GABARINOS	12
MAYO 1988		



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS  
 CENTRO DE INVESTIGACIONES Y AVANCE EN CIENCIAS  
 TESIS PROFESIONAL  
 GENERAL PROBLEMA CAMPOS

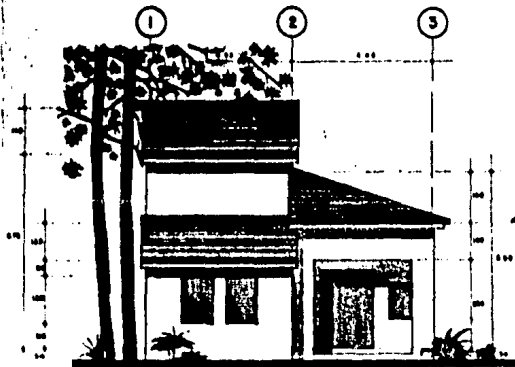
CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 PLANTA DE CON-  
 JUNTO CABANAS  
 A-13 13



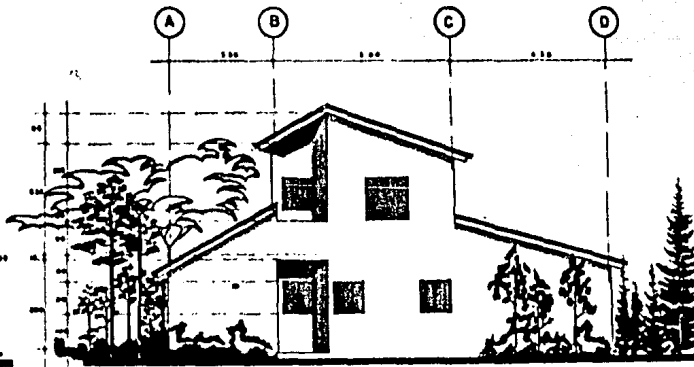
FACHADA SUROESTE



FACHADA SURESTE



FACHADA NOROESTE

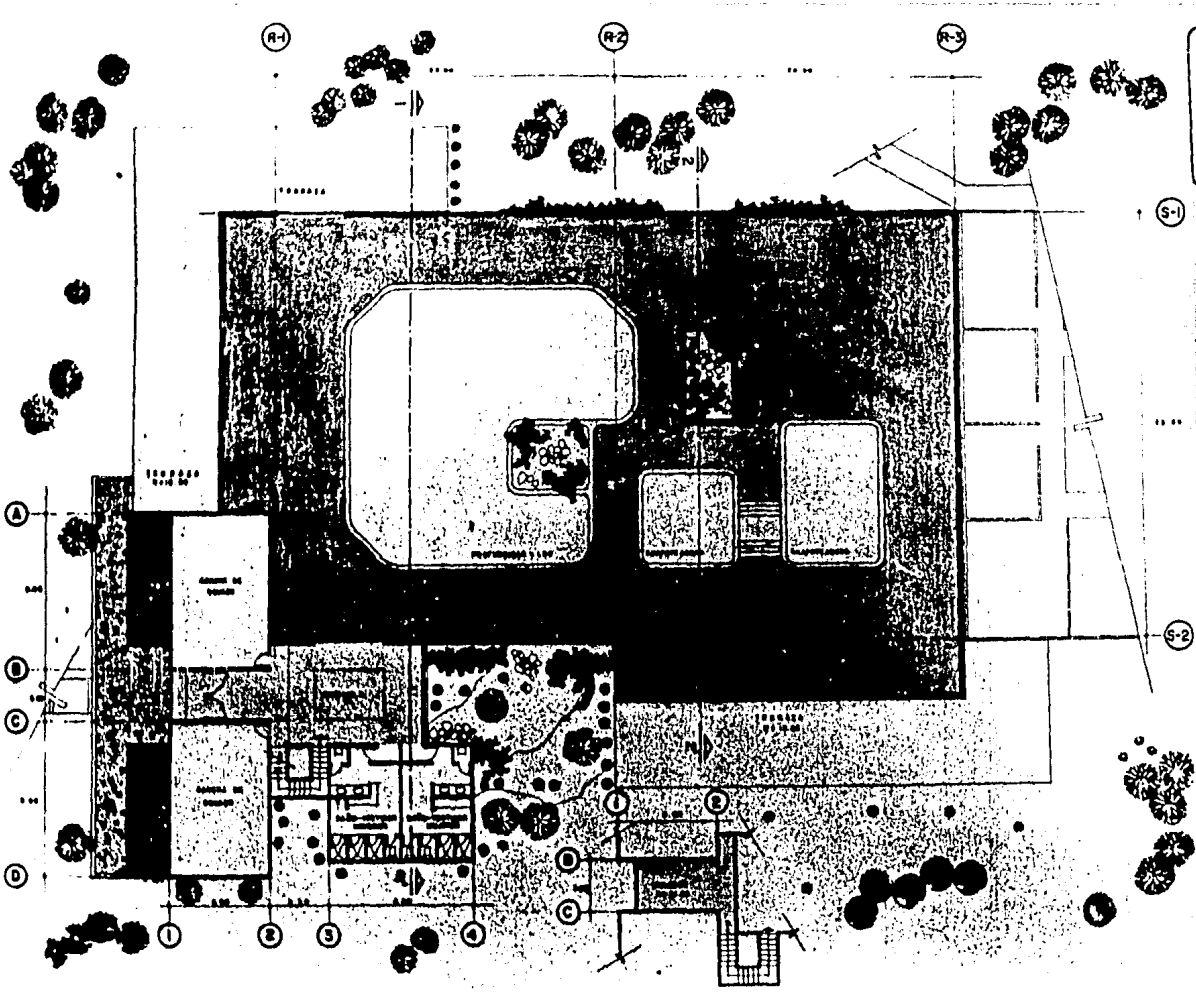


FACHADA NORESTE

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES MEXICO  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTADÍSTICAS  
 TESIS PROFESIONAL  
 CAROLINA ROSALES RAMÍREZ

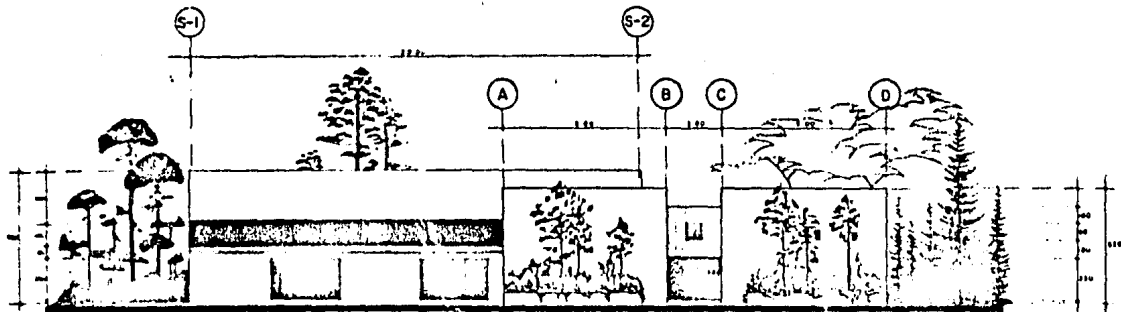
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 TÍTULO DEL PLANO  
 FACHADAS DE  
 CABAÑAS 14  
 A-14



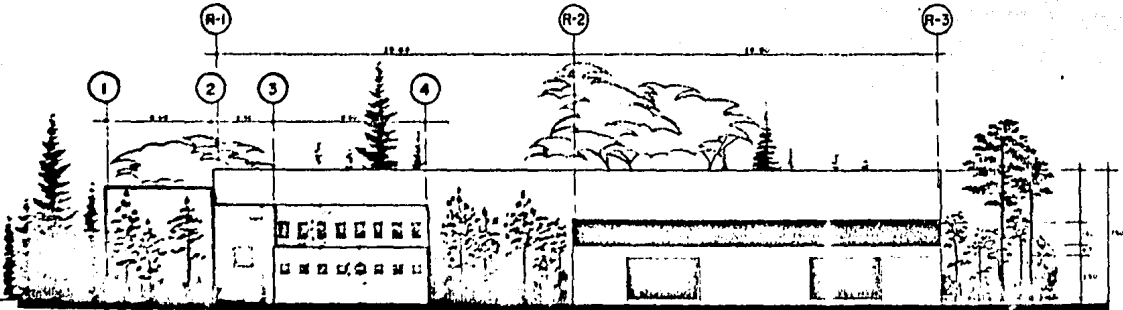


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ADOLESCENTES Y JÓVENES  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA  
 TESIS PROFESIONAL  
 TÍTULO: PLANTA DE ALBERCA

CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 PLANTA DE ALBERCA  
 A-16 16  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ADOLESCENTES Y JÓVENES



FACHADA NORESTE



FACHADA NOROESTE

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES AVANZADOS  
 S. A. C. M. S. A. DE S. A. C. M. S. A. DE S. A. C. M. S. A.

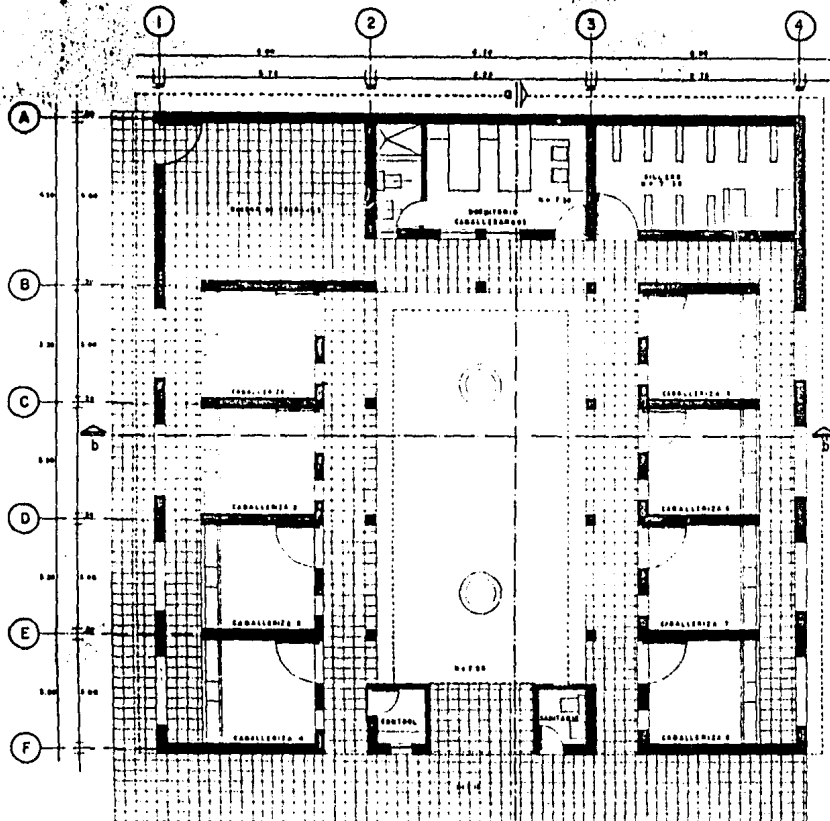
PLAN DE TESIS DEL CURSO AVANZADO DE  
 DISEÑO DE INTERIORES  
 200 M<sup>2</sup> DE DISEÑO INTERIORES  
 200 M<sup>2</sup> DE DISEÑO INTERIORES  
 200 M<sup>2</sup> DE DISEÑO INTERIORES  
 200 M<sup>2</sup> DE DISEÑO INTERIORES

TESIS PROFESIONAL

GENERAL FORTALEZA CAMERO

CENTRO TURÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE

FACHADAS  
 A-18 ALRESCA 18  
 CUARENTA



PLANTA DE CABALLERIZAS

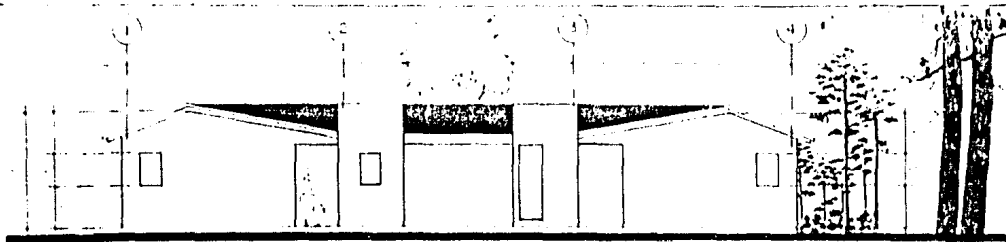
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 ESTABLE NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES (ENAH)  
 C O S O S L A 02 A D O C T E M B R E 1 9 6 4

ASISTENTE EN TESIS: ABOGADO ALBERTO GARCÍA  
 TITULAR: ABOGADO JOSÉ MARÍA LAMARCA  
 TITULAR: ABOGADO JOSÉ MARÍA LAMARCA  
 ABOGADO JOSÉ MARÍA LAMARCA  
 ABOGADO JOSÉ MARÍA LAMARCA  
 ABOGADO JOSÉ MARÍA LAMARCA

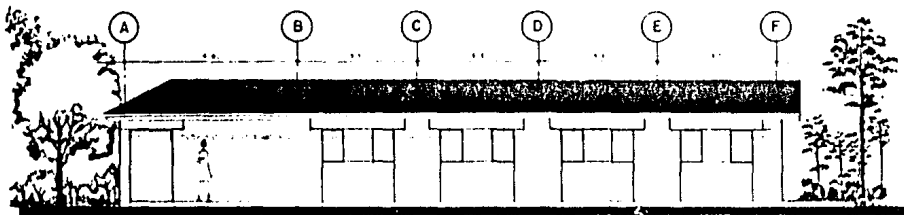
**TESIS PROFESIONAL**  
 EDUARDO FERRERA SANCHEZ

Unidad 57, Avenida  
**CENTRO TURISTICO**  
**SANTA CLARA DEL COBRE**

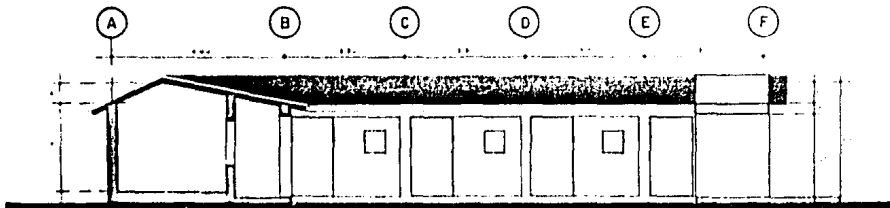
PLANTA DE  
**PLANTA DE**  
**CABALLERIZAS** **20**



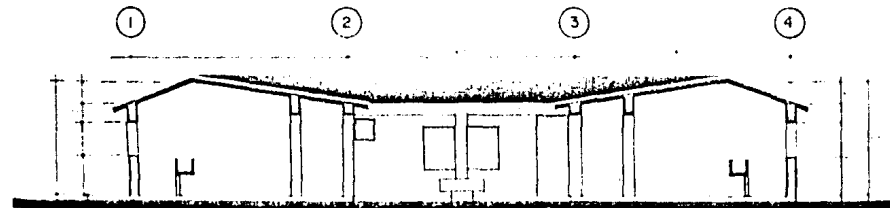
FACHADA NORESTE



FACHADA SURESTE



CORTE a-a'



CORTE b-b'

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO EN ARQUITECTURA  
 TESIS PROFESIONAL  
 TÍTULO: ...  
 AUTOR: ...  
 ASESOR: ...

TESIS PROFESIONAL  
 CONSEJO FUNDADOR 1960

CLÍNICO TINIÍSTICO  
 SANTA CLARA DEL COBRE  
 FACHADAS  
 Y CORTES  
 CAHALLENSES

A-22

22

## 12.- P R E S U P U E S T O S

## 12.1 PRESUPUESTO DE CABAÑA TIPO

## RESUMEN POR PARTIDAS

MAYO - 1 9 8 4.

=====		=====
<u>C O N C E P T O .</u>		<u>I M P O R T E .</u>
=====		=====
ALBAÑILERIA PRELIMINARES:		
1.-	Limpieza	2,300.90
2.-	Trazo y Nivelación	8,148.30
3.-	Excavaciones	8,160.00
4.-	Consolidación	1,406.20
5.-	Excavación de cepas para cimiento	12,818.00
ALBAÑILERIA CONSTRUCCION:		
6.-	Cimiento de piedra braza	71,998.40
7.-	Dala de repartición	71,220.00
8.-	Muros de tabique de barro rojo	183,447.90
9.-	Castillos de concreto armado	72,942.20
10.-	Firmes de concreto	41,250.00
11.-	Trabes de concreto	61,763.60
12.-	Cimbra en lozas	84,435.50
13.-	Acero de refuerzo en lozas	106.032.80

=====		
C O N C E P T O		I M P O R T E .
=====		=====
14.-	Concreto en lozas	71,059.00
15.-	Vaciado de concreto	14,234.00
16.-	Pisos	133,120.00
17.-	Repellados y aplanados	75,773.50
18.-	Recubrimientos en muros	77,717.90
19.-	Impermeabilización en dalas de repartición	2,303.50
20.-	Registros y drenes	15,646.60
		=====
		1'082,945.20
21.	Yesería	4,975.90
22.-	Cancelería de fierro tubular	49,797.40
23.-	Cancelería de aluminio	19,634.90
24	Vidriería	17,067.15
25.-	Carpintería	50,498.00
26.-	Cerrajería	13,845.55

<u>=====</u>	
<u>C O N C E P T O</u>	<u>I M P O R T E .</u>
27.- Pintura	79,454,10
28.- Instalación hidráulica y sanitaria	180,964.66
29.- Instalación eléctrica	44,024.20
	<u>=====</u>
SUB-TOTAL	1'576,040.40
+ 15% I.V.A.	236,406.06
	<u>=====</u>
T O T A L:	<u>1'812,446.46</u>

## 12.2 ANTE PRESUPUESTO DE AREAS EDIFICADAS

MAYO - 1 9 8 4

COSTO POR M<sup>2</sup> DE CONSTRUCCION = 16,476.80

<u>C O N C E P T O</u>	<u>SUPERFICIE CONSTRUIDA M<sup>2</sup></u>	<u>COSTO POR M<sup>2</sup></u>	<u>I M P O R T E</u>
1.- Edificio de Administración	1,259.20	16,476.80	\$ 20'747,586.00
2.- Edificios de habitaciones	2,628.80	"	43'314,211.00
3.- Zona de Cabañas	1,650.00	"	27'186,720.00
4.- Edificio de Alberca	1,493.00	"	24'599.862.00
5.- Caballerizas	285.53	"	4'704,620.00
6.- Edificio de servicios	140.90	"	2'321,581.00
<b>T O T A L E S:</b>	<b>7,457.43</b>		<b>122'874,580.00</b>