

**Universidad Don Vasco, A. C.  
Incorporada a la Universidad  
Nacional Autónoma de México**

## **Promoción Turística de la Provincia Mexicana:**

**Propuesta de guía turística y material de  
promoción para el municipio de  
Uruapan, Michoacán**

Tesis Profesional que para obtener el título de  
**LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

Presenta

**Fernando Eliseo Farías Sandoval**

Asesor

**LDG Minerva Galván**



**UNIVERSIDAD  
DON VASCO A.C.**  
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

escuela de  
**diseño y  
comunicación  
visual**

Uruapan, Mich. Marzo 2006



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.

**"El hombre no es más que  
lo que hace de sí mismo"**

J.P. SARTRE, *Existencialismo y emociones humanas*



**UNIVERSIDAD  
DON VASCO A.C.**

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

escuela de  
**diseño** y  
comunicación  
**visual**

**Universidad Don Vasco, A. C.  
Incorporada a la Universidad  
Nacional Autónoma de México**

**Promoción Turística de la  
Provincia Mexicana:**

**Propuesta de guía turística y material de  
Promoción para el municipio de  
Uruapan, Michoacán**

Tesis Profesional que para obtener el título de  
**LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

Presenta

**Fernando Eliseo Farías Sandoval**

Asesora

**LDG Minerva Galván**

**A MIS PADRES:**

Juana Sandoval Partida y  
Eliseo Farías Montes de Oca

# ÍNDICE

■	INTRODUCCIÓN	15
■	SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	19
■	OBJETIVOS	21
■	NECESIDAD	23
■	CAPÍTULO I <b>EL TURISMO</b>	27
	Orígenes	28
	Clasificación	28
	El turismo en el mundo	30
	El turismo en México	33
	El turismo en Michoacán	34
	Créditos fotográficos	35
■	CAPÍTULO II <b>URUAPAN</b>	
	Historia	39
	Ubicación	40
	Trazo urbano	41
	Principales ríos y corrientes de agua	42
	Perfil de la ciudad	42
	Créditos fotográficos	45
■	CAPÍTULO III <b>EL TURISMO EN URUAPAN</b>	49
	Situación actual	50
	Créditos fotográficos	57

■	CAPÍTULO IV	<b>EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL</b>	
		Diseño editorial	63
		Diseño Publicitario	66
		Sistemas de impresión	68
		Créditos fotográficos	71
■	CAPÍTULO V	<b>¿QUÉ SE HA HECHO?</b>	75
■	CAPÍTULO VI	<b>SOLUCIÓN</b>	
		Brief	89
		Metodología	93
	<b>1ra Etapa. Acopio de la información</b>		94
		1.1 Ubicación de los servicios y sitios de interés turístico	
		1.2 Textos descriptivos de los sitios de interés	
		1.3 Obtención de documentos fotográficos	
	<b>2a Etapa. Diseño gráfico</b>		102
		2.1 Definición de formato y retícula	
		2.2 Proceso de bocetaje	
		2.3 Sistema icónico	
		2.4 Estudio tipográfico	
		2.5 Selección cromática	
		2.6 Selección de elementos decorativos	
	<b>3ra Etapa. Realización</b>		115
		3.1 Resultado	
		3.2 Material Promocional	
		3.4 Distribución	
		3.5 Presupuestos	
	<b>CONCLUSIÓN</b>		153
	<b>AGRADECIMIENTOS</b>		155
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		157

## INTRODUCCIÓN

Uruapan es una ciudad que, además de contar con recursos naturales muy bellos, tiene una excelente ubicación geográfica, ya que se encuentra a 102 km de Morelia, capital del estado, y a sólo 52 km de Pátzcuaro, dos lugares que sin lugar a dudas son de gran importancia turística no solo en el estado, sino a nivel mundial. Por esto, entre otras razones, Uruapan es también un importante centro turístico; esto se puede corroborar con el número de visitantes que recibe la localidad, aproximadamente 750,000 al año, según la Secretaría de Turismo del estado, entre los cuales se incluye gente de casi todo el país y de varios destinos del extranjero.

Como se menciona, el número de visitas anuales es muy importante; sin embargo, existe un problema muy grave en torno del fenómeno turístico en Uruapan: del número de turistas que arriban a la ciudad, un muy elevado porcentaje son sólo visitantes de un día, quienes vienen a conocer el Parque Nacional Barranca del Cupatitzio para después dejar la ciudad, sin saber que existen más lugares en Uruapan en los cuales podrían pasar un muy buen rato, o inclusive un par de días. Éste, sin duda, es un problema que está afectando en gran parte al sector turístico de la ciudad, el cual cuenta con la infraestructura suficiente para atender a una demanda de servicios muy superior a la actual.

Para tratar de dar una solución a este complejo problema, por medio del diseño y la comunicación visual, se ha desarrollado este proyecto de tesis, para el cual se han hecho una serie de investigaciones y estudios, los cuales van desde el origen y desarrollo del turismo, cómo se ha convertido éste en un medio de vida para países que dependen completamente del sector y qué medidas se han tomado en estos lugares para fomentar el turismo y hacer que los visitantes disfruten de su estancia al máximo, ya que sabemos que esto significa derrama económica y más empleos para los habitantes.

Como la ciudad ofrece un gran número de servicios, además de los que se podrían considerar como puntos de interés, se hizo estudio sobre los lugares que el visitante promedio podría considerar atractivos durante su estancia (hoteles, restaurantes, cafés, bares, etc.) además de tomar en cuenta algunas otras características de la ciudad, tales como su ubicación, clima, temporadas altas y bajas, etc.

En materia de diseño, en primer lugar, se decidió qué ramas serían las que nos ayudarían para llevar al cabo los objetivos que se plantearon desde un principio para, de esta forma, saber el alcance de las herramientas visuales que se utilizarían para lanzar ese mensaje que se pretende llegue a nuestro público meta.

El análisis de guías que se difunden en grandes centros turísticos de diversos lugares del mundo fue muy importante, ya que se pudieron retomar elementos que serán muy útiles para la realización de este proyecto; así mismo, se señalaron elementos que podrían no ser necesarios en el proyecto que se está desarrollando. Esto, hablando en cuanto a elementos y criterios de diseño y el contenido de estas guías se refiere.

De esta forma es como se ha desarrollado este proyecto de tesis que puede ser el inicio para dar solución a este problema que está afectando a la ciudad y sus habitantes.

## SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Para los visitantes de la ciudad de Uruapan existe un problema en el que no se ha trabajado lo suficiente, ya que no existe una fuente eficaz y a la mano para que el turista pueda aprovechar al máximo y de la manera más sencilla los atractivos y servicios que la ciudad ofrece. Esto se puede ver en los resultados que arrojaron las encuestas que en 2002 llevó a cabo el departamento de estadística del Gobierno del Estado, en las cuales el número de visitantes atendidos en módulos de información fue muy bajo en comparación con el número de visitantes que el parque nacional Barranca del Cupatitzio recibió ese mismo año. Este resultado nos da la idea de que quien visita Uruapan deja la ciudad sin recibir la información necesaria para que su estadía se prolongue lo más posible. Además, la misma falta de información le complica la visita al turista una vez que se encuentra en la ciudad, ya que la forma en que Uruapan ha crecido con el paso del tiempo, no ha sido la más adecuada ni organizada.

El problema mencionado anteriormente se ve reflejado como turismo de un solo día, que solamente tiene su visita a la plaza del centro y al parque y, si en su momento recibió algo de información extra (de algún modo), visita la Tzaráracua y después deja la ciudad, muchas veces sin saber siquiera los lugares y servicios que en Uruapan se ofrecen.

Ante esta situación se han hecho trípticos y folletos, pero no con la información completa que el visitante requiere para conocer y aprovechar la ciudad al máximo. En estos folletos o trípticos sólo se hace mención de algunos sitios de interés, en los cuales la información es muy vaga: nunca se mencionan lugares en los que podrían apreciar la cultura de la región, tener una deliciosa comida o, simplemente, disfrutar unas bebidas.

Los visitantes están ahí. Encuestas e investigación realizadas demuestran que la ciudad recibe una importante cantidad de visitantes, ya sea de negocios o de placer, pero también que éstos dejan la ciudad de una manera rápida. Encontrar la forma de alargar su estadía o que las horas que pasan en la ciudad las exploten para conocer la ciudad, sería muy posiblemente una buena manera de contribuir al desarrollo económico de la ciudad y, de alguna manera, hacer saber a todos los visitantes que la ciudad de Uruapan tiene mucho que ofrecer para que disfruten su estancia.

## OBJETIVOS

El objetivo que se persigue con este proyecto, es poner al alcance de los visitantes la información necesaria sobre todos los sitios de interés y servicios comerciales que podrían ser de su agrado, haciendo su visita más práctica y cómoda.

- Esta información deberá incluir reseñas, descripciones e indicaciones de cómo llegar a los diferentes lugares de una manera clara, amena y sencilla.
- Enumerar los sitios de interés de la ciudad, y zonas aledañas, es decir, de toda la región, que podrían ser atractivos para el turista.
- Describir los servicios comerciales que se ofrecen en la ciudad, mismos que podrían ser del agrado del visitante durante su estadía en Uruapan.
- Realizar un estudio completo sobre cuáles serían los lugares idóneos en los cuales se podría difundir dicha información, con el fin de que la reciba el mayor número de turistas posible.
- Hacer un planteamiento sobre las calles de la ciudad y su circulación, para ofrecer al turista las rutas más prácticas para llegar a sitios de interés de manera simple y rápida.

## **NECESIDAD**

De acuerdo con lo planteado en la situación problemática, será necesario recabar la información que será útil para el turista para después, por medio del diseño y la comunicación visual, ponerla en sus manos de manera clara y práctica, con el propósito de que ésta le sirva de guía durante su visita, de forma tal que cuente con la información necesaria en todo momento.

**EL TURISMO**

**1**

# EL TURISMO

¿Qué es el turismo? ¿A quién se le puede considerar como turista?  
¿Qué cualidades debe tener un centro turístico? Estas son algunas de las preguntas a las que se darán respuesta en este capítulo, ya que es importante conocer todos estos conceptos para el buen desarrollo de este proyecto.

Las siguiente son definiciones brindadas por la Secretaría de Turismo (SECTUR):

**CENTRO TURÍSTICO SELECCIONADO.** Área geográfica que cumple con una o más de las siguientes condiciones: 1) Contar con más de 2000 cuartos de hotel 2) Ser la capital de una entidad federativa 3) Ser una localidad caracterizada por recibir en forma periódica o permanente flujos significativos de turistas y/o excursionistas por alguno de los siguientes motivos de visita: - Ocio, recreo y vacaciones; recorridos de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, actividades culturales y de ocio; deportes activos no profesionales, alpinismo, uso de playas, cruceros, juegos de azar, descanso y recreo de las fuerzas armadas; campamentos veraniegos, luna de miel. - Visitas a parientes y amigos - Negocios y motivos profesionales: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; participación en actividades deportivas profesionales; estudio, investigación, cursos de idiomas, etc. - Tratamientos de salud: estaciones balnearias, termas y para otros tratamientos y curas. - Religión/peregrinación. 4) Ser una ciudad de la frontera norte que registre más de 3.5 millones de visitantes internacionales a México durante un año.

Turistas en  
Machu Picchu,  
Perú. ▼  
2004 (1) ▼



Rodeo Drive, Beverly Hills  
Los Angeles Cal. E.U.A.  
2003 (2)



**TURISMO.-** Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado

**TURISTA.-** La persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utiliza algunos de los servicios turísticos con los que cuenta determinado lugar.

## ORÍGENES DEL TURISMO

Aunque hoy en día los grupos nómadas de la antigüedad son considerados los primeros turistas, por el hecho de que se desplazaban buscando un mejor nivel de vida, los viajes de placer como tal tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y en los primeros del siglo XIX. Esto se dio por los grandes cambios en la sociedad, estilo de vida, en la industria y la tecnología.

La gran expansión económica de la que el siglo XIX fue testigo constituyó la causa de que el turismo se convirtiera, ya para finales de ese mismo siglo, en una de las principales industrias. El invento de la máquina de vapor, mejores sueldos de los trabajadores, gente con una cultura más elevada interesada en las culturas de otros lugares y el crecimiento de las ciudades fueron razones para que la gente buscara otros lugares para su descanso y esparcimiento.

## CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Para un mejor entendimiento de la industria del turismo y, a su vez, para un mejor desarrollo se ha clasificado dependiendo de la forma y tipo de actividades que se realizan (de acuerdo con SECTUR).

### De acuerdo con su procedencia:

Turismo internacional o extranjero. Son personas de otros países del mundo que viajan a uno en particular.





Turismo nacional. Gente que visita determinados lugares dentro de su propio país.

Turismo local: Aquel que acude a los lugares turísticos que hay en su misma ciudad.

#### **Turismo masivo o tradicional:**

Ecoturismo Latino (Organización dedicada a la promoción y conservación ambiental turística), define al turismo masivo o tradicional como grandes conglomerados turísticos y en los que hay poco contacto con las comunidades locales. Esta clase de turismo se categoriza en:

Turismo de descanso y esparcimiento: Es aquél que se pone en práctica para descubrir las comodidades, costumbres y tradiciones del destino turístico.

Generalmente es para hacer un cambio en la vida diaria.

Turismo de negocios. Es aquel que practican los profesionistas y empresarios, gente que aprovecha sus viajes de trabajo para visitar los atractivos turísticos del lugar donde se encuentra.

Turismo cultural y científico. Esta clase de turismo es realizada por personas que, individualmente o en grupo, asisten a eventos culturales (festivales musicales, exposiciones artísticas, muestras de cine, etc.) y que aprovechan su tiempo libre para conocer sitios de interés en el lugar visitado. Generalmente estos turistas tienen un nivel cultural más alto así como, en algunas ocasiones, un nivel económico superior al promedio.

Turismo de deporte. Es practicado, en su mayoría, por jóvenes que acuden a determinados lugares para hacer deporte (por salud o competencia).

#### **Turismo alternativo**

Según la SECTUR el turismo alternativo “son aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar y participar en la conservación de recursos naturales”.

La misma Secretaría hace la siguiente división del turismo alternativo:

Torre Eiffel  
París, Francia.  
2002 (3)



Ecoturismo. Es toda actividad turística en contacto directo con la naturaleza para conocerla, observarla y conservarla.

Turismo rural. Es aquél cuya finalidad es la interacción y convivencia directa con alguna comunidad rural, para conocer su cultura, su arte, sociedad, tradiciones, ferias, gastronomía, artesanías, etc.

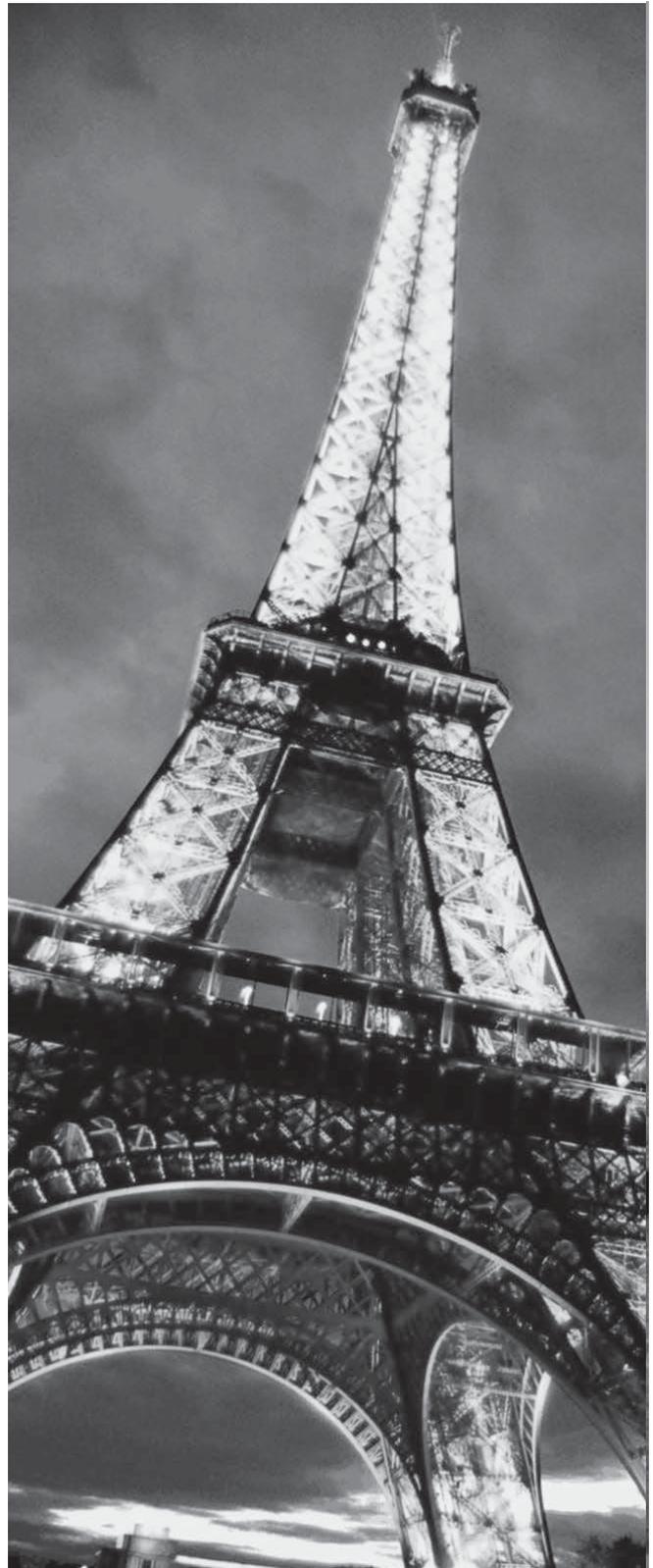
Turismo de aventura. Son actividades recreativas y deportivas que implican una descarga considerable de adrenalina (deportes extremos). Se practican en lugares que, geográfica y naturalmente, imponen cierto reto físico y mental.

Ésta es una clasificación sencilla y clara de entender, aunque se pueden encontrar diferentes clasificaciones y otras actividades que los turistas realizan y no se mencionan. Sin embargo, todas ellas están de cierta manera relacionadas con algunas de las ya mencionadas.

## EL TURISMO EN EL MUNDO

Agencias de viajes, vendedores de artesanías, taxistas, pequeños y grandes restaurantes, guías turísticos, son solamente algunas de las actividades que además de los servicios hoteleros y de transporte se ven beneficiadas de gran manera por el turismo. Es por ello que, mundialmente, el sector turístico se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes. Existen países y regiones, cuya economía depende, casi en un 100% de las actividades relacionadas con el turismo, como sucede con Mónaco y hasta cierto punto, el Estado Vaticano.

En este nuevo siglo el turismo se ha convertido quizá en la actividad más importante y de mayor crecimiento, y cada vez más países reconocen la importancia de fomentar y dar apoyo al desarrollo turístico por la derrama económica que éste aporta.





Fuente Central Park  
Nueva York, E.U.A.  
2006 (4)



Hasta el año 2000, según la Organización Mundial del Turismo, se observó un crecimiento del 7.3 % en la llegada del turismo internacional respecto del año anterior. En ese mismo año el turismo generó 475.9 mil millones de dólares, un 5% más que en 1999, lo cual es una clara muestra del crecimiento que ha alcanzado dicha actividad con el paso del tiempo y los avances tecnológicos a nivel mundial.

El 58% de los turistas, a nivel mundial, se concentran en el continente europeo. En segundo lugar se encuentra el continente americano, con un 18% de las llegadas internacionales. Asia oriental tiene un 16% de los turistas; África cuenta con 4%; Oriente Medio con el 3% y Asia meridional con el 1%. A pesar de que estos porcentajes están por secciones, existen países que reciben una cantidad bastante considerable de turistas, a pesar de estar entre las regiones con bajos porcentajes.

La Organización Mundial del Turismo lanzó un listado de los 15 países con mayor número de llegadas de turismo internacional durante el año 2000, la cual se muestra a continuación:

- Francia
- Estados Unidos
- España
- Italia
- China
- Reino Unido
- Rusia
- México**
- Canadá
- Alemania
- Austria
- Polonia
- Hungría
- Hong Kong (China)
- Grecia



Centro recreativo de Ski  
Big Bear  
California, E.U.A  
2005 (5)



Esta misma organización dio a conocer la lista de los 15 países con mayores ingresos generados por el turismo en este mismo año, los cuales se muestran a continuación:

- Estados Unidos
- España
- Francia
- Italia
- Reino Unido
- Alemania
- China
- Austria
- Canadá
- Grecia
- Australia
- México**
- Hong Kong (China)
- Rusia
- Turquía

Los turistas, como ya se ha mencionado, tienen diferentes razones para viajar de un lugar a otro y disfrutar de las diferentes actividades que cada sitio de interés proporciona. 62% de los turistas viajan por motivos vacacionales o recreativos; 18% lo hace por negocios, mientras que 20% se desplaza por razones distintas.

Las cifras ya mencionadas nos dejan ver el claro crecimiento e importancia que se le ha dado a la industria del turismo, pero, según la Organización Mundial del Turismo todavía queda mucho potencial por explorar. Dicha organización estima que, para el año 2020, el 7% de la población mundial estará en condiciones plenas para viajar y practicar los diferentes tipos de turismo.

El crecimiento del comercio internacional, el lograr la seguridad que el turista requiere, mejorar el costo y la eficacia de los medios de transporte, el hecho de que las nuevas tecnologías de la información permitirán conocer más a fondo los diferentes nichos del mercado turístico, la generación de nuevas estrategias de captación y oferta turística, son algunos de los puntos que se deben tomar en cuenta para lograr el crecimiento que la Organización Mundial del Turismo tiene estimado.

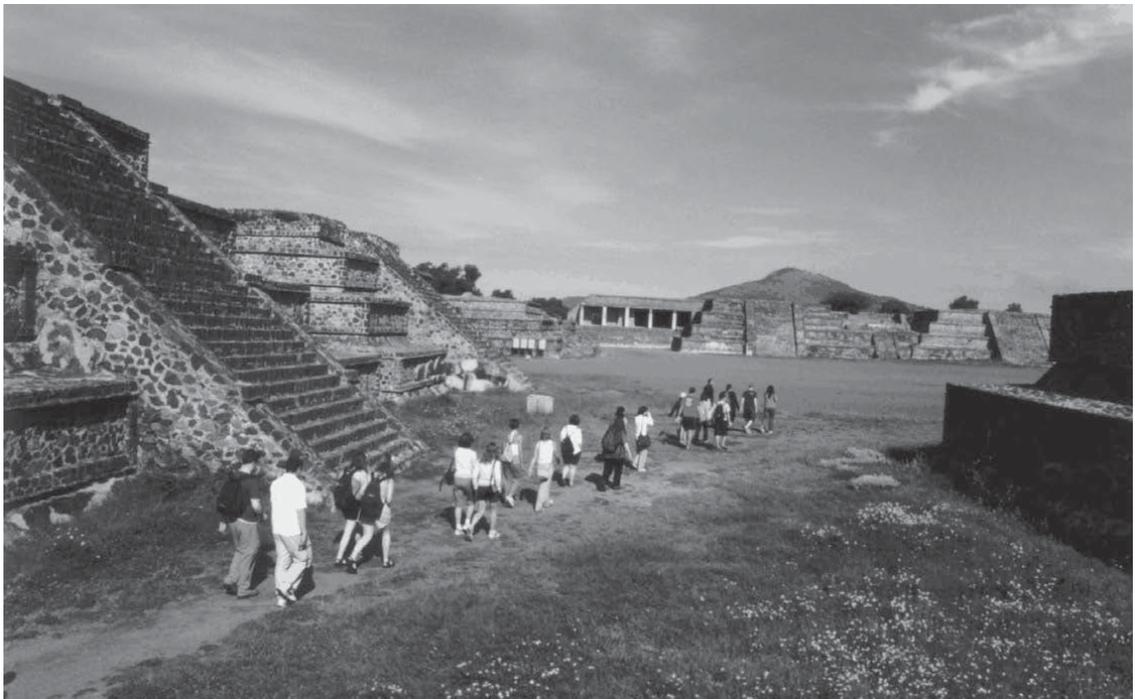
## EL TURISMO EN MÉXICO

Dentro de las cifras lanzadas por la Organización Mundial de Turismo, México es el único país latinoamericano que aparece en ambos listados, tanto en el de los países que reciben mayor número de visitantes internacionales, como en el de las naciones que generan mayor cantidad de ingresos por medio de la industria turística. Ésta es una situación nada despreciable si se toma en cuenta que es a nivel mundial, al lado de países que tienen tradición turística por excelencia.

El turismo se encuentra entre las tres principales actividades que sostienen la economía mexicana. Según cifras de la SECTUR, esta industria es, además, una fuente muy importante de empleo, ya que permite que 2 millones de hogares en el país vivan directamente de ella.

Turistas paseando en  
Teotihuacan,  
México  
2002 (6)

Al mismo tiempo, por el aumento en la llegada de turistas, se han logrado inversiones bastante considerables en el sector privado, creando y mejorando servicios turísticos tales como transporte, restaurantes, bares, alojamiento y centros de diferente tipo de esparcimiento.



## EL TURISMO EN MICHOACÁN

El estado, sin lugar a dudas, posee una enorme riqueza cultural y singulares recursos naturales; por esto, es fácil entender que la actividad turística se ha constituido como un elemento clave del desarrollo de la entidad.

Datos obtenidos del 3er Informe de Gobierno de la presente administración 2002/2008 del estado, demuestran que se recibieron 4 millones 784 mil 847 visitantes en Michoacán durante el año 2004, 15.4% más que en 2003. De ellos, el 15% provenía del extranjero y la ocupación hoteles promedio fue de 54%; esto dejó a la entidad una derrama económica de 6 mil 459 millones 543 mil 450 pesos. Así se puede comprobar la importancia que tiene para el estado la industria del turismo y por qué se le está dando tanto énfasis a la difusión y promoción de los diferentes destinos y productos turísticos que la entidad ofrece. Se han realizado estudios que determinan el perfil del turista que visita Michoacán, entre otras cosas.

Diferentes tipos de inversiones y proyectos de difusión se están llevando a cabo para llegar a visitantes potenciales en diferentes países, como España y Estados Unidos y Canadá, tratando de acercarse a un público meta específico, jóvenes ejecutivos, personas de la tercera edad y mexico-americanos, de los que una gran mayoría tiene raíces michoacanas. Todo este público representa un mercado potencial de 20 millones de personas, a las que se pretende llegar.

Plaza Vasco de Quiroga,  
Pátzcuaro  
Michoacán, Méx. ▼  
2005 (7) ▼

El estado cuenta con diferentes proyectos que ya están en marcha, y con asociaciones que se encuentran trabajando para que esta industria siga desarrollándose y, por lo tanto, dejando una derrama económica cada vez mayor.



### **Créditos Fotográficos/ Capítulo 1**

1. Eduardo Moreno/ 2004
2. Fernando Farías/ 2002
3. National Geographic Viajes/ 2004
4. Fernando Farías/ 2006
5. Fernando Farías/ 2005
6. 7. Fernando Farías/ 2005

**URUAPAN**

**2**

# URUAPAN

## HISTORIA

Se han hecho varias suposiciones sobre el significado y origen de la palabra Uruapan, pero la más convincente y certera es que proviene del término Purhépecha ULHUPAN, que significa lugar de la eterna formación y fecundidad de los botones florales.

Aunque se reconoce que mucho antes de la llegada de los españoles ya existían asentamientos humanos Purhépechas, la fundación de la ciudad como tal se le reconoce a Fray Juan de San Miguel, quien de acuerdo con el cronista Fray Alonso de Larrea llegó en 1531, cuando el lugar se encontraba desolado; solamente había algunos asentamientos en los alrededores. Fray Juan de San Miguel organizó el lugar por barrios y en cada uno construyó una iglesia con su coro. Además puso especial interés en que los nativos de la zona aprendieran diferentes oficios, los cuales se siguen ejerciendo en la actualidad; tal es el caso de las artesanías.

Carretera  
Uruapan-Pátzcuaro. ▼  
Uruapan, Mich. ▼  
2005 (1) ▼

Durante el transcurso del año y a través de sus diferentes situaciones meteorológicas, el municipio de Uruapan se mantiene con climas diferentes, como cálido, subhúmedo, con intensas lluvias durante el verano, una temperatura promedio de 23.4 grados Celsius y una precipitación pluvial promedio anual de 1,127 mm.



## UBICACIÓN

Podría decirse que la situación geográfica de la ciudad es privilegiada, ya que se encuentra en el llamado corredor turístico Morelia-Pátzcuaro-Uruapan. Gracias al desarrollo de carreteras se han acortado las distancias entre dichos lugares y se encuentra a tan sólo 102 Km de la capital del estado (Morelia), y sólo 52 Km de Pátzcuaro, dos de los principales centros turísticos del estado, por lo cual hay un importante número de turistas que se desplazan entre estas 3 ciudades.

Uruapan se localiza en la porción oeste del estado de Michoacán, con una extensión territorial de 830.28 kilómetros cuadrados, representando el 1.46% del total de la superficie estatal, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI.

En el municipio de Uruapan se incluyen 137 localidades y/o centros rurales de población, de diversos tamaños y características geográficas, dentro de los cuales los de mayor importancia son: Nuevo Zirosto, Angahuan, Caltzontzin, Santa Ana Zirosto, San Lorenzo, Jicalán, Corupo, Capacuaro y Jucutacato.



Vista del templo de  
San Francisco.  
Uruapan, Mich.  
2005 (2)



Los municipios con los que Uruapan colinda son varios: al norte, Charapan, Paracho y Nahuatzen; al este, Ziracuaretiro, Taretan y Tingambato; al sur, con Gabriel Zamora; al oeste, Nuevo Parangaricutiro (San Juan Nuevo) y Los Reyes.

Para tener una idea más clara sobre la ubicación de la ciudad, aquí se muestran las tablas de distancias en kilómetros con los municipios y ciudades más importantes que se encuentran alrededor de la zona:

Ciudad de México	403 Km
Guadalajara	320 Km
Querétaro	321 Km
Páztcuaro	52 Km
Zamora	110 Km
Morelia	102 Km
Lázaro Cárdenas	275 Km
Apatzingán	83 Km
Paracho	38 Km
Tancítaro	57 Km
Taretan	33 Km
Tingambato	28 Km
San Juan Nuevo	10 Km

Cabe destacar que Uruapan, por su excelente ubicación (en el centro geográfico del estado) constituye un punto estratégico, tanto a nivel regional como nacional, por las excelentes vías de comunicación que la rodean; por esto, es importante mencionar que Uruapan tiende a ser, a largo plazo, la capital económica y comercial del estado.

En adición a lo anterior hay que resaltar el excelente clima de la ciudad, por encontrarse ésta en una zona de transición, donde al norte (en la meseta Purhépecha) se encuentra un clima frío y, a pocos kilómetros al sur, se encuentra un clima cálido. Uruapan tiende a tener un clima templado.

## TRAZO URBANO

Se puede entender por desarrollo o trazo urbano al proceso de ordenamiento de una ciudad, a través de la planeación del medio urbano, en sus aspectos físicos, económicos y sociales; además de la expansión física y demográfica, el incremento de las actividades productivas, la elevación de las condiciones socio económicas de la población, la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

Paseo Lazaro Cárdenas.  
Uruapan, Mich.  
2005 (3)



Actualmente, en la ciudad de Uruapan se cuenta con un programa de Desarrollo Urbano de Centro de Población, vigente a partir del año 2000, así como con un Programa Municipal de Desarrollo Urbano. Todo esto, con el claro propósito de que la ciudad logre un desarrollo estable y equilibrado, sin afectar todas las áreas naturales de las que está provisto.

## PRINCIPALES RÍOS Y CORRIENTES DE AGUA

Uruapan cuenta con cinco ríos, de entre los cuales destaca el Cupatitzio ( *río que canta* ) que recorre una superficie de 58.4% del municipio, Paracho 19.6%, Paratocon 15.3%, Itzícuaru 6% y Bajo Tepalcatepec 0.7%.

Además de los anteriores, los siguientes manantiales del río Cupatitzio dotan a la ciudad de agua: el Pescadito, Revelero 1 y 2, la Hierbabuena, Gandarillas y Piedra Ancha.

En el municipio existen dos presas: la del Cupatitzio y la de Caltzontzin.

## PERFIL DE LA CIUDAD

Actualmente, Uruapan cuenta con una población de 348,147 personas (dato obtenido del censo de la Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Uruapan/ CAPASU, tomando en cuenta 5 habitantes por toma de agua registrada).

Su economía radica principalmente en la agricultura y fruticultura; es considerado uno de los principales productores de aguacate en la República; es el municipio con más tierras destinadas a la producción de dicha fruta, por lo que en varias partes del país y el



mundo se le conoce como la Capital Mundial del Aguacate, además de que es la sede del más grande y antiguo tianguis artesanal de América Latina.

En el municipio existen cerca de 15 mil negocios establecidos, de los cuales el 82% se dedica a la actividad comercial y de servicios, mientras que el 18% restante se orienta a la industria de la transformación.

Población económicamente activa (H. Ayuntamiento 2001):

Ocupada.....	48.85%
Desocupada.....	0.63%
Inactiva.....	50.12%
No especificada.....	0.40%

Empacadora "CALAVO" ▼  
Uruapan Mich. ▼  
2005 (5) ▼

El porcentaje correspondiente a la población económicamente inactiva, deriva de que se considera un porcentaje de 45.12% en edad de 0-17 y el restante 5% de personas de más de 65 años de edad.



Uruapan se encuentra incluido en la zona “C” por lo tanto el salario mínimo vigente en el 2006 es de \$45.81, de acuerdo con el Servicio de Administración Tributaria (SAT)

Dentro de las construcciones más importantes que se encuentran en Uruapan se pueden mencionar los templos de los primeros barrios fundados por Fray Juan de San Miguel, con una clara influencia española y morisca, pero definitivamente una de las más significativas es la Huatapera (hospital de indios), una joya arquitectónica considerada por muchos como el primer hospital de América Latina.

A pesar que se han encontrado abundantes restos arqueológicos, no han sido estudiados tal vez por no darle la importancia necesaria o por otras razones, La única excepción es el llamado Lienzo de Jucutacato, que se encontró en la comunidad de Jicalán y que es considerado el documento más antiguo para el estudio de la historia de Michoacán.

Plaza Morelos ▼  
Uruapan, Mich. Méx. ▼  
2005 (6) ▼



## **Créditos Fotográficos/ Capítulo 2**

1. Fernando Farías/ 2005
2. Fernando Farías/ 2005
3. Fernando Farías / 2005
4. Fernando Farías / 2005
5. Fernando Farías / 2005
6. Fernando Farías / 2005

**EL TURISMO  
EN URUAPAN**



## EL TURISMO EN URUAPAN

Grandes personajes han visitado Uruapan a través del tiempo. Alexander Von Humboldt, geógrafo, zoólogo, botánico, sociólogo y artista, nacido en Berlín, Alemania, a quien Charles Darwin describiera como “el mas grande científico viajero que ha vivido”, y considerado por muchos como uno de los grandes fundadores de la geografía moderna, visitó Uruapan como parte de su recorrido por Michoacán hace ya más de 200 años, en 1803, para realizar estudios de flora, fauna, topografía y sociográficos, entre otros. Existen pinturas de este gran personaje con paisajes uruapenses y rodeado de personajes que vivían en la región y que con el paso del tiempo le dan a Uruapan el orgullo de haber recibido a tan importante personaje de la historia universal.

Gabriela Mistral, poeta chilena, premio Nobel de literatura, fue invitada por José Vasconcelos a México para desempeñar diferentes actividades relacionadas con temas de educación. Sobre este evento, Octavio Paz, escritor mexicano también premio Nobel de literatura, escribiría en su elogio a la Mistral llamado “El pan, el sol y la piedra”: “La presencia de Gabriela Mistral en la patria de sor Juana Inés de la Cruz fue, fue más que una coincidencia, una verdadera rima histórica y literaria; son las dos grandes poetisas de nuestras tierras. Mejor dicho de la lengua española”

Alexander von Humboldt (abajo)  
Gabriela Mistral (derecha) Uruapan (1, 2)

▼  
▼  
▼ Ya en México, en uno de sus tantos viajes, Gabriela Mistral llegó a tierras uruapenses las cuales le dejaron una gran impresión que la llevarían a incluir esta ciu-



dad, en más de alguna ocasión, en sus escritos y poemas. Ejemplo de ellos es *Las jícaras de Uruapan*, del cual se incluye un pequeño fragmento a continuación:

“Las Jícaras de Uruapan”  
(*Industria artística de la calabaza o mate*)

“Hace años, cuando el dibujo era todavía una cosa pedante por el exceso presuntuoso de exactitud, por el necio detalle, debieron parecer descuidadas estas figuras ingenuas de hojas, de flores, de venados, que el indio trazaba en la mejilla de la jícara”.

“Pero el concepto del dibujo ha cambiado, se ha vuelto primitivismo inocente y dichoso, y la decoración del indio en el costado de la jícara resulta ahora una labor perfecta, que podría ser llevada a los grandes mercados del mundo”.

“De los griegos se ha dicho que redujeron su industria a pocos objetos, que sólo hacían vasos, telas y flautas”.

“Otro tanto puede decirse del indio mexicano: en el ánfora de Guadalajara da la figura central y noble de la mesa; en las telas de Toluca y de Puebla, entrega a las mujeres sus trajes de tonos vibrantes; y en los violines y en las guitarras de Pátzcuaro, da la materia sensible, propicia para entregar el divino temblor musical”.

Presa de Santa Bárbara.  
Uruapan, Mich.  
2005 (3)



Visitas de personajes tan distinguidos como Gabriela Mistral y Alexander Von Humboldt son el mejor ejemplo de que, con el paso de los años, Uruapan ha ido construyendo una tradición turística de gran renombre en el estado.

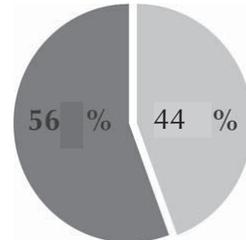
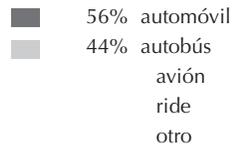
## SITUACIÓN ACTUAL

Debido a la falta de información y datos estadísticos sobre el turismo en Uruapan, se llevaron a cabo algunas encuestas y entrevistas a visitantes y a encargados de algunos hoteles que se encuentran en la zona centro de la ciudad. Esto, para tener una mejor perspectiva sobre el problema que ya se ha mencionado.

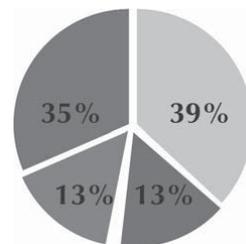
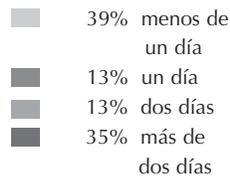
Dentro de las personas encuestadas cabe resaltar que se encontraron turistas de diferentes partes del mundo: E.U.A., Suecia, Australia y Holanda, así como de casi todos los estados del país.

## ENCUESTAS REALIZADAS A VISITANTES DE LA CIUDAD DE URUAPAN (100)

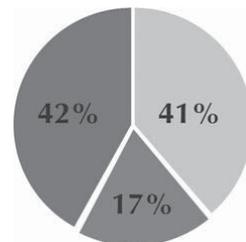
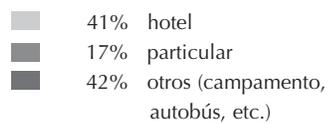
1.-¿En qué medio de transporte llegó a la ciudad?



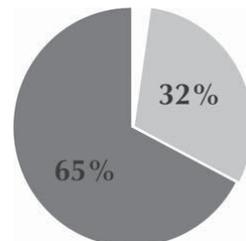
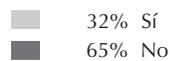
2.-¿Cuántos días tiene planeado quedarse en la ciudad?



3.-¿En dónde se encuentra Ud. hospedado?



4.-¿Recibió usted información sobre los servicios y diferentes puntos de interés que la ciudad ofrece?



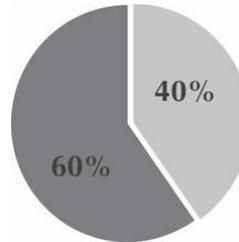
\*En la pregunta 5 se cuestionaba si habían visitado algún otro sitio de interés en Uruapan, además del Parque Nacional Barranca del Cuapatitzio. Los resultados fueron negativos casi en un 100 %, según los encuestados por falta de información o, en otros casos, por falta de tiempo.

En las entrevistas que se aplicaron a los administradores de dos de los hoteles que se encuentran en el centro de esta ciudad, se logró adquirir información muy importante sobre las características que tienen los visitantes que arriban día a día. La información proporcionada en las dos entrevistas fue muy similar, por lo que podemos suponer que éstas son las características generales del tipo de visitantes que recibimos en la ciudad.

#### ENTREVISTA REALIZADA A LOS ADMINISTRADORES DEL HOTEL VICTORIA Y HOTEL PLAZA.

1.-¿Razón por la que los huéspedes visitan la ciudad?

■ 60% negocios  
■ 40% placer

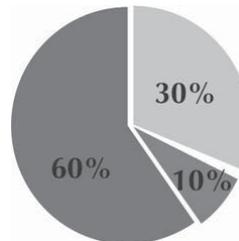


2.-¿Temporadas en las que se recibe el mayor número de huéspedes en el hotel?

Semana Santa.  
Diciembre.  
1 y 2 de Noviembre  
Julio y Agosto.  
Puentes.

3.-¿En qué medio de transporte arriban los huéspedes a la ciudad?

■ 60% automóvil  
■ 30% autobús  
■ 10% avión (arriban de Tijuana, específicamente)



4.-¿A qué posición económica pertenecen los huéspedes los huéspedes?

Clase media en su mayoría.

Cabe resaltar que estos hoteles reciben una importante cantidad de estudiantes que hacen viajes de prácticas a la ciudad, principalmente desde el D.F., Guadalajara y el estado de Morelos.

Templo de la Inmaculada Concepción  
Uruapan, Mich.  
2005 (4,5)  
▶▶▶

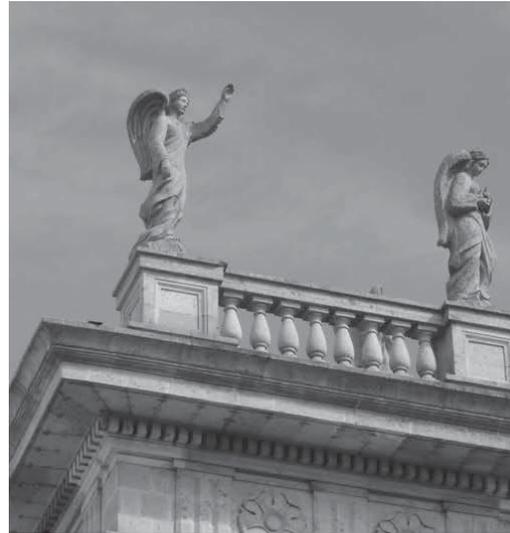
Aquí se presentan algunas estadísticas sobre el número de visitantes que la ciudad de Uruapan recibió en el año 2003. Estos son particularmente del parque nacional "Barranca del Cupatitzio".

Enero	44,010
Febrero	38,315
Marzo	90,047
Abril	57,303
Mayo	54,094
Junio	60,242
Julio	84,528
Agosto	88,563
Septiembre	67,723
Octubre	36,341
Noviembre	38,595
Diciembre	67,460
<b>TOTAL</b>	<b>727,221</b>

Uruapan cuenta con 1,032 habitaciones en sus hoteles, distribuidos en diferentes secciones de la ciudad.

#### Infraestructura turística en Uruapan

La ciudad cuenta con una infraestructura turística eficiente para atender a los visitantes que llegan regularmente a esta localidad. Esta infraestructura está constituida por hoteles, restaurantes, cafeterías, bares y discotecas. Uruapan está conectada a una importante red de carreteras federales y autopistas que mantienen comunicado a todo el estado. Un claro ejemplo de ello es la autopista siglo XXI (región lacustre y Morelia al norte, tierra caliente y zona costera al sur). En materia de transportes, una central de autobuses ofrece el servicio de más de diez líneas de auto-transporte con destinos a todo lo ancho y largo del país. Asimismo, la ciudad cuenta con un aeropuerto con vuelos a diferentes ciudades de la República.



A continuación se enlistan los principales hoteles que existen en la ciudad de acuerdo con su categoría; de igual manera se hace con restaurantes bares y cafés.

#### HOTELES.

##### cuatro estrellas:

**Hotel Victoria.** Cupatitzio No.11. Tels. 5 23 66 11 y 5 23 67 00. Cuenta con 80 habitaciones en total, de las cuales 72 son estándar y 8 junior suites, teléfono, servicio de videocasetera, caja de seguridad, tabaquería, lavandería, estacionamiento cubierto, salón para eventos y restaurante.

**Hotel Continental.** Nicolás Bravo No. 34. Tel: 5 23 50 28. Cuenta con 62 habitaciones.

##### **Hotel Mi Solar.**

**Hotel Concordia.** Portal Carrillo No. 8. Tel: 5 23 04 00. Cuenta con 62 habitaciones, de las cuales 19 son estándar y 43 clase turista, restaurante, estacionamiento, lavandería y tintorería.

**Hotel Real de Uruapan.** Nicolás Bravo No. 110. Tel: 5 27 59 00. Cuenta con 61 habitaciones estándar y junior suites, restaurant-cafetería, restaurante de especialidades, estacionamiento.

**Hotel el Tarasco.** Independencia No. 2. Tel: 5 24 15 00. cuenta con 55 habitaciones, TV a color, teléfono, alberca con tobogán, restaurant-bar, estacionamiento, salón de convenciones, agencia de viajes.

**Hotel Mansión del Cupatitzio.** Calz. Rodilla del Diablo No. 20 Tel. 5 23 21 00. Cuenta con 57 habitaciones, 40 estándar, 13 ejecutivas, 3 junior suite y una suite presidencial; restaurante, bar, cafetería, alberca con agua templada, gimnasio, estacionamiento, tienda de regalos, 4 salones para convenciones, renta de autos, TV a colores en todas las habitaciones.

**Hotel Plaza Uruapan.** Ocampo No.13. Tel: 5 23 36 88. Cuenta con 120 habitaciones, servibar, estacionamiento cubierto, gimnasio, agencia de viajes, renta de autos, servicio de video, salones para banquetes y convenciones.

##### Tres estrellas:

**Hotel la Fuente.** Fco. Sarabia No. 67. Tel: 5 23 70 00. Cuenta con 42 habitaciones, TV a color en todas, teléfono, servicio de video, lavandería, estacionamiento.

**Hotel Regís.** Portal Carrillo No. 12. Tel. 5 23 58 44. Cuenta con 41 habitaciones, 15 dobles, 5 triples y 14 cuádruples, TV a color, restaurante, estacionamiento, bar, cafetería, lavandería.

**Hotel Nuevo Alameda.** 5 de Febrero No. 11. Tel. 5 23 41 00. Cuenta con 72 habitaciones alfombradas, 63 sencillas y 9 dobles, teléfono, TV a color.

**Motel Pie de la Sierra.** Carr. Uruapan/Carapan km. 4. Tel: 5 24 25 10. Cuenta con 73 habitaciones con chimenea, TV a color, alberca, salón de juegos, amplios jardines, restaurante/bar, 4 salones para banquetes, fiestas y reuniones de trabajo.

**Hotel Villa de Flores.** Emilio Carranza No. 1522. Tel: 5 24 28 00. Cuenta con 27 habitaciones, TV y baño.

**Hotel California.** Calz. Benito Juárez s/n. Tel: 5 24 75 99. Cuenta con 39 habitaciones, baños con agua caliente todo el día, TV a color, estacionamiento.

##### Dos estrellas:

**Hotel Américas.** Américas No. 43. Tel: 5 23 06 23. Cuenta con 20 habitaciones, 15 sencillas, 5 dobles, TV B/N, agua caliente.





Vida Nocturna en ▲  
Uruapan ▲  
Bar Río. ▲  
2005 (5)

**Auto Hotel Uruapan.** Calz. Benito Juárez Esq. Querétaro. Tel. 5 23 42 27. Cuenta con restaurante, cafetería, bar, TV a color, teléfono, estacionamiento.

**Hotel Avenida.** Fco. Sarabia No. 8. Tel. 5 23 70 00. cuenta con 56 habitaciones, TV color, teléfono, estacionamiento.

**Hotel Bungalows Los Cedros.** Libertad No. 117. Tel. 5 24 76 01. Cuenta con 13 habitaciones con estufa y refrigerador, estacionamiento, alberca, áreas verdes con asador.

**Hotel Palacio.** Calz. Benito Juárez No. 21. Tel. 5 24 37 92. Cuenta con 24 habitaciones, agua caliente las 24 horas, TV a color, pensión.

Una estrella:

**Hotel Los Tres Caballeros.** Constitución No. 50. Tel. 5 24 71 70. Cuenta con 17 habitaciones, agua caliente.

**Hotel España.** Paseo Lázaro Cárdenas No. 2232. Tel. 5 24 37 16. Cuenta con 26 habitaciones, TV color, agua caliente, estacionamiento.

**Hotel Oseguera.** Portal S. Degollado No. 2. Tel. 5 23 98 56. Cuenta con 31 habitaciones con agua caliente.

**Hotel del Parque.** Independencia No. 124. Tel. 5 24 38 45. Cuenta con 14 habitaciones, agua caliente, estacionamiento.

**Hotel Moderno.** Portal S. Degollado No. 4. Tel. 5 24 02 12.

**Gran Hotel Acosta.** Frente a la central camionera. Tel. 5 23 45 64. Cuenta con estacionamiento, TV a color por cable, agua caliente.

RESTAURANTES.

**Las Camelinas.** (Hotel Plaza). Ocampo 64. Tel. 5 23 03 33

**La fontana** (Hotel Mi Solar). Juan Delgado No. 10 Tel. 5 24 09 12

**Restaurante Hotel Victoria.** Cupatitzio 11. Tel. 5 23 67 00

**La Mansión** (Hotel Mansión del Cupatitzio). Tel. 5 23 21 00

**Restaurante del Hotel Concordia.** Portal Carrillo 8. Tel. 5 23 05 00

**Los Vitrales** (Hotel Real de Uruapan). Nicolás Bravo 110. Tel. 5 27 59 00

**Rincón de Aguililla.** Av. Chiapas 367. Tel. 5 23 08 24

**OK Corral.** Paseo de la Rev. 40. Tel. 5 23 99 67

**Jardín Steak House.** Paseo Lázaro Cárdenas 1973. Tel. 5 23 32 41

**Carnes Tadeo.** Manuel Pérez Coronado 1-A. Tel. 5 24 49 35

**Hinde Kumanchicua.** Av. Chiapas 3-A. Tel. 5 24 84 96

**Hostería de los Ángeles.** Caracol 30. Tel. 5 23 13 62

**El Chato.** Américas 60. Tel. 5 24 58 51

**El Pulpo.** Américas 100. Tel. 5 23 73 28

Paseo Lázaro Cárdenas 1668. Tel. 5 24 77 36

**Restaurante Arcoiris.** Carr. Libre a Pátzcuaro km 5. Tel. 5 24 86 80

**Amazonia Brasileiro.** Paseo Lázaro Cárdenas 2420. Tel. 5 19 19 55

**La Troje del Lago.** Fray Juan de San Miguel 4. Tel. 5 28 59 01

**Chamorros Bribiesca.** Gildardo Magaña 104. Tel. 5 23 26 42

**Los Cipreses.** Calz. Benito Juárez 164. Tel. 5 23 14 03

**La Gran Muralla.** Carretera a Pátzcuaro 1699. Tel. 5 23 65 10

**Pancho Pistolas.** Paseo Lázaro Cárdenas 269. Tel. 5 23 97 64

**Cheff Bambino.** Emilio Carranza 8. Tel. 5 24 38 82

Av. Juárez esq. Mazatlán. Tel. 5 24 74 22

**KFC.** Paseo Lázaro Cárdenas 1098. Tel. 5 23 61 22

Centro comercial Soriana locales 13 y 14. Tel. 5 28 60 82

**Domino's Pizza.** Madrid 11. Tel. 5 28 52 58

**Pizza Hut.** Centro comercial Soriana locales 13 y 14. Tel. 5 28 60 82  
**McDonald's.** Paseo Lázaro Cárdenas 1250. Tel. 5 19 09 90

#### BARES Y CAFÉS.

Bar Thariata (Hotel el Tarasco). Independencia 2. Tel. 5 24 15 00  
Bar La Troje. Melchor Ocampo 64. Tel. 5 23 90 00  
Bar La Misión. Paseo Lázaro Cárdenas 1635. Tel. 5 23 73 26  
Bar Río. Miguel Treviño 57, Antigua Fábrica de San Pedro, Tel. 5 27 20 90  
El greco bar. Paseo Lázaro Cárdenas 104. Tel. 5 27 21 51  
Canta Bar el Confesionario. Emilio Carranza 25-A. Tel 5 23 54 18  
Rancho rodeo. Av. Latinoamericana 500. Tel. 5 19 23 83  
E Lounge. Madrid 12-M, Zona Rosa. Tel. 5 23 93 32  
Frente Café. Madrid 12, Zona Rosa. Tel. 5 23 55 16  
Sunset bar. Madrid 10, Zona Rosa. Tel. 5 23 55 16  
Café Jardín. Paseo Lázaro Cárdenas 1042. Tel. 5 23 81 09  
Café Tradicional Uruapan. Emilio Carranza 5-B.  
Café la Pérgola. Portal Carrillo 4. Tel. 5 23 50 87  
Cafetería la Placita. Melchor Ocampo 64. Tel. 5 23 34 88  
Café La Lucha. García Ortiz 22. Tel. 5 23 32 69

### **Créditos Fotográficos/ Capítulo 3**

3. Fernando Farías/ 2005
4. Fernando Farías/ 2005
5. Fernando Farías/ 2005
6. Fernando Farías/ 2005

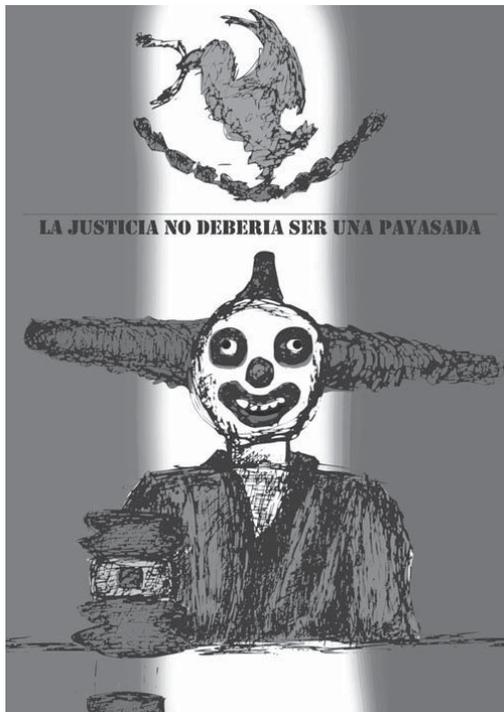
**EL DISEÑO Y LA  
COMUNICACIÓN VISUAL**

**4**

## EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

Desde el inicio de su existencia, el ser humano ha buscado la manera de comunicarse, ya sea con sus contemporáneos o con la gente que eventualmente habitará el espacio donde él se encuentra, para trascender y dejar huella de su existencia. Prueba de ello son las pinturas rupestres que han dejado los antepasados de la raza humana y que aún en la actualidad son causa de asombro. Esa necesidad de comunicación fue causante del increíble avance que tuvo la escritura a través del tiempo, desde los primeros escritos sobre tablillas de barro de los sumerios, los papiros de los egipcios o los pergaminos que culturas tan impresionantes como la griega o romana dejaron a la humanidad como prueba de su increíble e imborrable desarrollo. Siglos después, para dar continuidad a este largo proceso, en Alemania Gutenberg logra perfeccionar la imprenta y así patentar lo que ya se había intentado mucho antes en China para, de esta forma, revolucionar la comunicación. Todos ellos son parte de esta historia que a través del tiempo se ha ido escribiendo, el desarrollo del alfabeto, la perfección de la imprenta la invención de la fotografía hasta llegar al cinematógrafo y otros medios que con el paso del tiempo se han mejorado para así llegar a los medios masivos que existen en la actualidad permitiendo al ser humano tener una estrecha relación con cualquier persona en cada rincón del planeta.

Carteles. "La justicia no debería ser una payasada" y "Un buen castigo"  
 CheO  
 2004/2005 (1,2)





El diseño y comunicación visual no solamente está relacionado con la producción de imágenes; ésta es una actividad intelectual, técnica y creativa con la meta de dar soluciones a problemas de comunicación a través del análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales.

La tarea del diseñador de la comunicación visual es dar una solución óptima a un problema de comunicación visual, de cualquier orden y en cualquier sector de la sociedad, económico o cultural.

El comunicador visual tiene grandes responsabilidades, no sólo con el cliente, sino con la comunidad en general y debe tener siempre esto en mente a la hora de elaborar un mensaje. Éste no solo deberá cumplir las expectativas del cliente, ni de sí mismo, sino que deberá ser aceptado de buena manera, y fácilmente entendido por su receptor meta, además de contar con todos los elementos necesarios para no



Publicidad en Times Square ▲  
 Nueva York, E.U.A. ▲  
 2006 (3) ▲

llegar a ser confuso o crear falsas expectativas en el receptor. Además estos mensajes nunca tendrán que ir en contra de las necesidades, derechos o beneficios de la comunidad en general; por el contrario, con estos mensajes el diseñador podrá formar una opinión o una nueva opción en el receptor, pero nunca una imposición.

El diseñador tiene en sus manos la imagen que una empresa, grupo o persona puedan reflejar por medio de su imagen gráfica y, en cierta medida, las posibilidades de éxito de los mencionados. Así, será gran impulsor de la creación de nuevos empleos y el mejoramiento de una economía nacional.

Para cumplir con su tarea y cumplir al 100% sus responsabilidades como profesional del diseño de la comunicación visual, éste tendrá que apoyarse en información completa que el cliente habrá de proporcionar de la manera más clara y completa. Además, se apoyará en ramas que le harán llegar a esa solución visual con pasos más firmes, ya que la mente del diseñador trabaja de manera creativa y subjetiva para llegar a la generación de ideas. Ahí es donde entran otros profesionales de ramas como el marketing, quienes, por medio de estudios, evaluarán si la idea presentada por el diseñador cumple con el objetivo previsto.

El diseño de la comunicación visual tiene diferentes ramas y, por lo tanto, se debe trabajar con especialistas de cada una de ellas.

Para dar solución al problema de comunicación que se ha planteado en este proyecto, será indispensable tener información y manejar al 100% las áreas del diseño que se necesitarán para dar una solución.

## DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es un proceso por el cual se determinan la disposición y el acomodo de los diferentes elementos que conforman una publicación.

Es necesario que el diseñador tenga un conocimiento profundo de la tipografía y sus usos, del color y de los efectos que puede provocar, de los materiales y la reproducción de la publicación ya que, ante todo, el diseño editorial debe *leerse*, no únicamente impactar.

El diseño editorial puede compararse con la preparación de un pastel de chocolate: se tiene la receta, se tienen todos los ingredientes y se sabe cómo mezclarlos; se puede inventar, tal vez ponerle algo de la propia cosecha, algún ingrediente especial, algo secreto para que sepa mejor o, tal vez, experimentar con la decoración. Pero siempre con un objetivo muy claro, que es que sepa a chocolate y que sea un pastel; no otra cosa, sólo un pastel de chocolate.

En el diseño editorial deben tomarse en cuenta factores económicos, ideológicos, productivos y sociales del público. No se debe perturbar la obra ni su contenido; nunca el diseño está por encima de la obra, sino en función de ella.

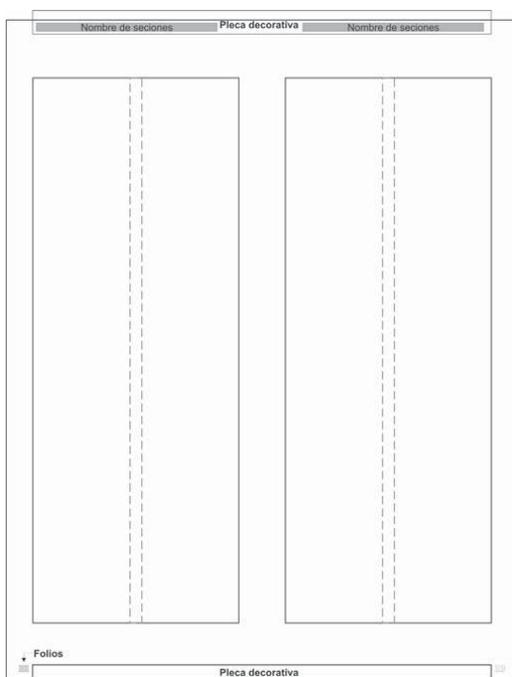
## ELEMENTOS DE DISEÑO EDITORIAL:

En el diseño editorial se deben considerar varios elementos que son fundamentales para dar a la publicación una buena presentación y una fácil lectura. A continuación se presentan definiciones y usos de estos elementos. *Los elementos de la estructura de una retícula son:*

- Proporción de la mancha tipográfica
- Administración de blancos
- Número y ancho de columnas
- Aspectos tipográficos: color, ubicación, distancia con los títulos, leyendas, pies de foto, letras de base y resalte
- Folios (tamaño y ubicación)
- Fotos e ilustraciones dentro de los campos reticulares
- Portada y contraportada.

Formato.- Es la forma y el tamaño de la publicación, el formato es el resultado de tres consideraciones prácticas: facilidad de manejo, adaptabilidad del contenido al formato y limitaciones mecánicas de los tamaños de las prensas de impresión. De acuerdo con lo anterior, para determinarlo es necesario saber qué tipo de información contendrá el material, en qué circunstancias se llevará a cabo la lectura, la encuadernación, la distribución, etc.

Retícula y Formato ▼  
2005(4) ▼



Made you look ▼  
Sagmeister INC. ▼  
2005(5) ▼

Retícula.- “Es la división geométrica del espacio en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión” - Alan Swan-.

La retícula es la estructura formal sobre la cual se basa un diseño editorial.

Con el sistema reticular se obtiene:

- Orden, claridad y uniformidad
- Integración de los elementos
- Dominio del espacio
- Análisis de los elementos
- Lógica en la distribución.

La retícula permite:

- Una solución objetiva
- Ritmo propio en la distribución del texto e imágenes
- Disposición legible y estructurada del material visual.



Publicaciones varias  
2005 (6)  
▶▶▶

## PUBLICIDAD

Son muchas las definiciones que existen sobre publicidad, pero básicamente todas coinciden en el concepto general. Una que por su precisión ayuda a entender más claramente qué es y cuál es su objetivo es la siguiente: "Es comunicar un mensaje a través de un medio, ya sea impreso o digital, con el propósito de influir en el público para que compre un producto o servicio, o hacerlo entender y aceptar una idea o concepto" -Roy Paul Nelson, *The Design of Advertising*-.

Publicidad Vodka  
Absolut ▼  
Revista "CQ" ▼  
2004 (7) ▼



### Tipos de publicidad

Tomando en cuenta al público al que estará dirigida la publicidad, está dividida en 6 partes:

1.- Nacional. La audiencia está constituida por posibles consumidores. El énfasis siempre es en el producto y muy pocas veces en el lugar en donde lo puedes comprar. El precio raramente se menciona.

La publicidad nacional se encuentra mayormente en revistas de prestigio, T.V. (nacional) y en algunos periódicos.

2.- Local. Su propósito principal es conseguir que el producto se consuma en una tienda en particular, el precio siempre es mencionado. Esta se puede encontrar en diferentes medios impresos, periódicos, estaciones de radio y TV. local.

3.- Por correo. Compras por teléfono, Internet o correo son su principal objetivo, para que el consumidor en general reciba su producto en casa por medio de cualquier compañía de paquetería o servicio postal. En ella se combinan elementos tanto de la publicidad local como nacional y es usada mayormente en revistas, o directamente por correspondencia.



Publicidad en Tokio  
Japón  
2004 (8)



4.- De intercambio. La audiencia de este tipo de publicidad son los mismos vendedores de diferentes productos que, a su vez, los compran y los venden a sus respectivos clientes; a ésta se le llama también “de cliente a cliente”.

5.- Industrial. Dirigida a los fabricantes de productos que, a su vez, se convierten en consumidores de materia prima. Estas dos últimas siempre son usadas en publicaciones especializadas y dirigidas específicamente a los industriales.

6.- Profesional. El público al que se pretende llegar con este tipo de publicidad son profesionistas en diferentes ramos, para que ellos recomienden el uso del producto en cuestión a sus clientes. Ésta, de igual manera, es vista en publicaciones especializadas o directamente en su correspondencia (no se confunda con la publicidad por correo).

La publicidad nacional, industrial y profesional requieren de ideas de diseño más elaboradas y con un costo de producción mucho más elevado, por el hecho de que las audiencias son más exclusivas y los tiempos más costosos.

### **Publicidad institucional**

(Publicidad corporativa)

El objetivo principal de la publicidad es la venta de productos. Pero algunas veces otorga una tarea más: crear en la audiencia una imagen favorable acerca del producto. En ella la imagen es fundamental ya que le dará uniformidad y posicionamiento a la marca.

Medios para la publicidad.

-T.V. Local o nacional

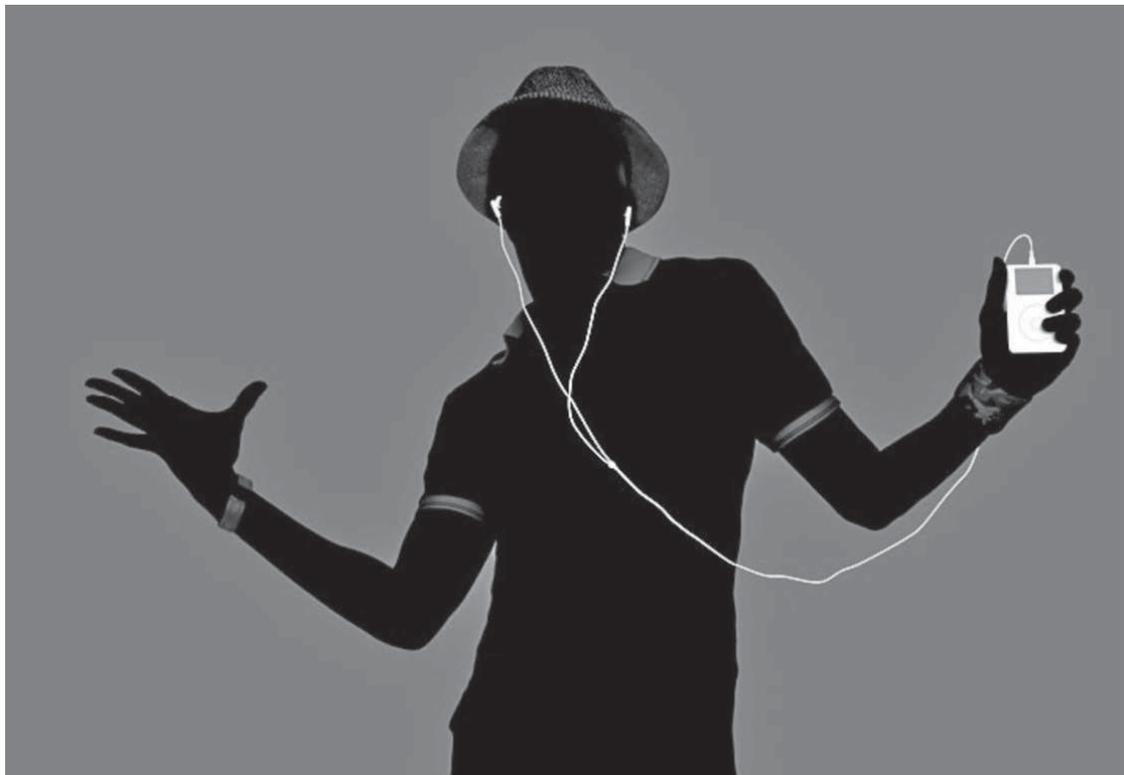
-Radio

-Revistas. De consumidor general o especializadas

-Periódicos

-Carteles o displays, estáticos (espectaculares, paredes, parabuses, etc.), de tránsito (camiones, autobuses, taxis, etc.).

Publicidad iPod ▼  
Apple, E.U.A. ▼  
2005 (8) ▼



### **SISTEMAS DE IMPRESIÓN**

Los sistemas de impresión que existen son muy variados y con diferentes aplicaciones; unos más avanzados y otros más rudimentarios, pero a los que aún en la actualidad se les sigue dando uso.

A continuación se hace una pequeña descripción sobre algunos de los diferentes métodos, sus ventajas y desventajas.

Serigrafía.- Sistema de impresión que funciona con base en la aplicación de tinta a una superficie, a través de un “esténcil” en una malla fina de fibras sintéticas o hilos de metal.

Este es uno de los métodos más versátiles ya que puede imprimir sobre casi cualquier superficie; metal, vidrio, papel, plástico, telas o madera.

Huecograbado.- En este método, las áreas de impresión son grabadas hacia abajo de la superficie. Todas las imágenes impresas en huecograbado están impresas en un patrón de puntos, incluyendo la tipografía. Esto produce áreas huecas en los cilindros de cobre.

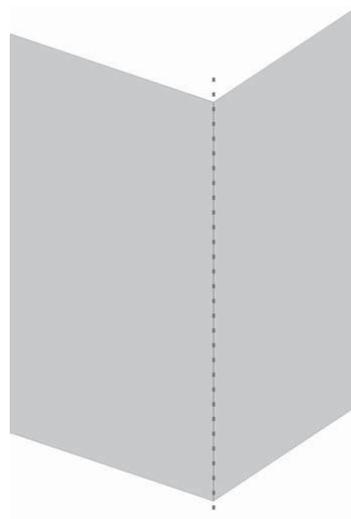
La desventaja del huecograbado es que la producción de los cilindros es muy costosa y sólo se usa en tirajes muy grandes.

Flexografía.- Sistema de impresión en forma de relieve. Las áreas de la imagen que están alzadas se entintan y son transferidas directamente al sustrato. El método se caracteriza por tener placas flexibles hechas de hule o plástico suave, y usar tintas de secado rápido y con base de agua.

La flexografía, por su versatilidad, se usa mayormente en la impresión de envases de diferentes materiales y formas.

Offset.- También llamado sistema planográfico ya que, a diferencia del huecograbado y flexografía, no tiene relieve. Éste se basa en el principio del agua y el aceite. El método usa tinta con base de aceite y agua. La imagen en la placa recibe la tinta y el resto la repele y absorbe el agua. La imagen entintada es transferida a otro rodillo llamado mantilla, el cual a su vez lo transfiere al sustrato. Es por esto que se le considera como un método de impresión indirecta.

Acabado de un doblez  
(cuatro páginas)  
Cartel “Ambassadeurs”, de  
Henri de Toulouse-Lautrec.  
Francia.  
Izq. ▼  
▼



El offset es el sistema más utilizado por los impresores, por la combinación de buena calidad y economía.

Impresión digital.- Ésta se divide en dos, principalmente: inyección de tinta y láser.

Ventajas.

Se pueden imprimir materiales delicados o frágiles.

El desgaste de las placas que pegan contra los cilindros de impresión y el papel se elimina.

Las operaciones de pre prensa son totalmente automáticas.

Tirajes cortos rápidos y económicos.

Impresos frente y vuelta en selección de color.

Entrega casi inmediata.

Magnífica calidad de impresión.

Personalización en texto e imágenes.

#### **Créditos Fotográficos/ Capítulo 4**

1. Cartel contra la impunidad,  
participante en la Octava  
Bienal del cartel en México  
Fernando Farías / 2005
2. Cartel contra la delincuencia  
Fernando Farías / 2005
3. Fernando Farías / 2006
4. Fernando Farías / 2005
5. Alexander Sagmeister / 2005
6. Banco de Imágenes, Fernando Farías / 2005
7. Publicidad Absolut revista "GQ" / 2005
8. Matthew Welch / 2005
9. Henri de Toulouse-Lautrec

**¿QUÉ SE HA  
HECHO?**

**5**

Para tomar una decisión sobre cuál es el camino más recomendable que este proyecto debe seguir, se llevó a cabo un comparativo entre las posibilidades más viables. Los señalados con ✓ indican que cuentan con la característica señalada. Mientras que los señalados con ✗ no cuentan con ella.

	C.D. interactivo	Guía turística impresa	Sitio en la web
Precio	✓	✗	✓
Funcionalidad	✗	✓	✗
Durabilidad	✗	✗	✓
Practicidad	✗	✓	✗
Accesibilidad	✗	✓	✗
Fácilidad de manejo	✓	✓	✓
Capacidad de almacenamiento de información	✓	✓	✓

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, la opción que cumple con la mayoría de los requerimientos es una guía de turistas impresa.

# ¿QUÉ SE HA HECHO?

En este capítulo se presenta el análisis que se hizo a diferentes tipos de guías que existen alrededor del mundo, en lugares en los que el turismo es una de las principales fuentes de ingreso y, por lo tanto, cuentan con la experiencia. En ellas se buscan aciertos y errores cometidos, con el sólo propósito de tomar elementos útiles para el proyecto que se desarrolla en esta tesis. Parte de este análisis fue el contenido y la forma gráfica en que se ha resuelto cada caso, considerando el uso de la fotografía, color, formato, tipo de impresión, etc.

## “BOOM! FREE GUIDE” Amsterdam, Holanda

Guía gratuita dirigida principalmente a jóvenes visitantes en la ciudad holandesa, quienes podrían tener en algunas ocasiones bajo presupuesto para su viaje.

Contenido:

-Índice

-Vida en Amsterdam.- En esta sección se habla sobre la vida que se lleva en esta ciudad, consejos para los visitantes sobre transporte, propinas recomendadas en bares, baños y restaurantes; la forma más práctica de viajar en transporte público y recorridos a bajo precio.

-Saliendo de Noche

-Dónde comer

-La zona roja.- Así como Amsterdam es famoso por tener legalizado el consumo de drogas suaves, también lo es por su zona de anaqueles en la cual las mujeres y hombres ofrecen sus encantos al que así lo desee. Todo esto, con las advertencias que se pueden dar sobre lo poco poética que será la experiencia y los riesgos que corre.

Aspectos técnicos:

Formato- Doble carta

Papel- Bond

Impresión- Offset (Selección de color)

Encuadernado- Engrapado

En esta guía, que como ya se mencionó antes está dirigida a jóvenes, se puede observar la inclusión de aquella información que podría interesar al público meta. Hablando de aspectos técnicos, se puede observar que en la portada usan una foto en selección de color y esto la hace ser impactante. En el interior de la guía sólo se usan algunas tintas directas y las imágenes en escalas de grises en su mayoría. Los colores usados en su mayoría son rojo, verde y amarillo, con tipografías muy legibles de palo seco.



## GUÍA "GQ" París, Francia

Guía gratuita en la compra de la revista GQ España. Dirigida desde a jóvenes hasta personas mayores que podrían tener intereses y gustos un tanto más refinados.

Contenido:

-Índice

-Información útil

En esta sección ofrecen consejos muy prácticos al visitante (desde la aerolínea que más conviene) y, una vez que se encuentra en la ciudad todas las opciones para ponerse en el centro de la manera que cada uno considere más conveniente, tanto por precio como por tiempo de trayectos.

Una vez que se encuentra en la ciudad hay tips y los números de información básicos para no perderse en este gran centro turístico

-Dónde alojarse

-Dónde comer

-Por amor al arte. Sección para museos y galerías en la ciudad

-Más allá de los tópicos .- Ofrece como una opción extra un recorrido de la ciudad en tan sólo tres días, con el cual podrás aprovechar al máximo tu estancia en París, con un recorrido muy completo pasando por los monumentos más representativos y los lugares de mayor interés.

Aspectos técnicos:

Formato- Tamaño carta, refilado

Papel- Couché

Impresión- Offset, selección de color con portada en laminado

Encuadernado- Pegado

En esta guía podemos encontrar aspectos muy interesantes, ya que incluye indicaciones sobre cómo llegar a la ciudad desde otras regiones, y, una vez que uno se encuentra en París, indican el camino hacia algunos de los lugares más representativos; además incluyen información muy amplia, para cualquier tipo de gustos, desde plazas y museos hasta clubes nocturnos. La calidad de la impresión es muy buena; toda ella está impresa en selección de color, y la portada con un acabado especial que la hace lucir muy atractiva. La selección cromática es muy adecuada, los azules sobresalen en toda la publicación; de igual manera, la tipografía es muy elegante y visible, con buena legibilidad.



## RUTAS CON ENCANTO

### España

Guía gratuita en la compra de la revista "Historia y vida", dirigida definitivamente a un público con un interés cultural y artístico.

Contenido:

-Índice

-Presentación, Cómo entender la guía.- Aquí se observan todas sus partes, para que el usuario tenga una manera sencilla de leerla y seguir las indicaciones que ofrece, además de los iconos que se presentan en el contenido. En el interior se puede seguir de manera ordenada una ruta compuesta por ciudades como Barcelona (y sus alrededores), La Rioja, Granada, Cantabria, la Valencia medieval, Tarragona, la comarca de la Vera y Salamanca. En todas estas ciudades que se mencionan se hace un listado bastante amplio sobre los lugares más interesantes que a este tipo de público le gustaría ver, y una breve descripción histórica (pero muy interesante) sobre cada uno de ellos, además de que en cada ciudad se ofrece un listado sobre los servicios que proporciona. Estos van desde cómo llegar a la ciudad en cuestión, teléfonos de información y sitios en la web, hasta dónde dormir, dónde comer, de copas y de fiestas. El listado ofrece precios y las direcciones respectivas.

Aspectos técnicos:

-Formato- carta

-Papel- couché

-Impresión- offset en selección de color, con portada y contraportada laminadas

-Encuadernado- pegado.



Guía con un toque muy tradicional, ya que el tema principalmente son las visitas a lugares con mucha historia. Tiene puntos muy interesantes, que definitivamente se pueden tomar en cuenta para el proyecto en el que se está trabajando. La guía está impresa en selección de color y, como se dijo, tiene toques muy tradicionales, logrados por la tipografía y la gama cromática.

## AMSTERDAM MUSEUMS

### Amsterdam, Holanda

Guía de los 33 museos más importantes de esta ciudad holandesa, dirigida particularmente al público interesado en el arte que se desarrolló en este país.

**Contenido.-** Un mapa de tamaño suficientemente amplio, resaltando las calles y las ubicaciones de los museos que en la lista se encuentran, además de líneas de transporte público (tales como metro, autobús, ferry) y los lugares en donde se pueden adquirir los boletos para estos medios de transporte, así como horarios de servicio y algunas páginas web (como la de las oficinas del turista en Ámsterdam).

En el reverso se encuentran fotos de todos los museos con sus respectivos nombres y una breve descripción sobre lo que ofrecen en cuanto a sus exposiciones, dirección, horario y si cuentan con servicio de restaurante, tiendas de souvenirs y accesibilidad para personas con limitaciones físicas.

Aspectos técnicos:

Formato- pliego de 60 x 42 cm

Papel- bond

Impresión- offset, selección de color

Encuadernado- el pliego está doblado por la mitad y luego en seis partes

## GUÍA DE TRANSPORTE PÚBLICO

### París, Francia

Guía específica para los medios de transporte públicos de la ciudad, con un mapa.

**Contenido.-** Como se mencionó anteriormente, esta guía es especialmente para los servicios de transporte público que la ciudad ofrece: autobús, subterráneo y trolebús. Tiene un listado de todas las estaciones del metro de la ciudad y, si alguna estación está cerca de un lugar en particular, se hace una breve referencia al mismo sitio. También menciona tarifas y descuentos especiales para algunas personas.

Aspectos técnicos

Formato- Pliego de 60 x 42 cm

Papel- bond

Impresión- Offset, selección de color

Encuadernado- Pliego doblado por la mitad y luego en 6 partes.



## ANGELS WALK

### Self guided historic trails

#### Chinatown Los Angeles, Cal

Panfleto de distribución gratuita para hacer recorridos por la zona de Chinatown (en la ciudad de Los Angeles) de manera personal, sin guía.

Contenido:

-Índice

-Cómo llegar al lugar.- En esta sección se dan instrucciones de cómo llegar en los diferentes servicios de transporte público que la ciudad ofrece, tales como autobús, subterráneo y autobús DASH.

Cómo usar esta guía.- En esta sección se da una explicación sobre los símbolos que se usan en el contenido, además de describir lo que se encontrará en cada una de las secciones que ésta ofrece.

-Comienza la caminata.- En esta sección se especifica en qué estación de metro tendrás que bajar en caso de que viajes en él. Una vez en la calle, comienza haciendo una descripción muy amplia sobre las calles que deberás seguir para iniciar tu recorrido por esta zona de la ciudad. Aquí se dan, paso a paso, indicaciones sobre cómo llegar a cada lugar y hacia donde deberás continuar tu recorrido una vez que termines de observar el lugar en el que te encuentras. En cada sitio de interés te da una breve descripción. También ofrece opciones sobre los lugares en donde puedes comer comida tradicional china, o comprar algunos souvenirs.

Además del recorrido que es caminado, se ofrecen algunas otras opciones que se encuentran en la zona pero que están más retiradas, así que te ofrece la opción de cómo llegar a ellas en transporte público o en auto.

Aspectos técnicos:

Formato- Carta

Papel- Bond

Impresión- Offset

Encuadernado- Engrapado

Guía que, en cuanto al concepto, es muy buena por la opciones que ofrece, en cuanto a realización no se queda atrás: el papel con el que está hecha es de muy buena calidad, al igual que la impresión (en selección de color en su totalidad). Con la portada de ésta logran un buen impacto y en el interior se aprecia una muy buena distribución de la información: proporcionada con blancos, no saturada.





## MAP HAWK

### Venice beach, Los Angeles Cal.

Guía de distribución gratuita, para el público joven principalmente, con un contenido bastante completo acerca de todas las actividades que puedes realizar en esta colorida playa de California.

Contenido:

- Lugares que ofrecen estancias cortas y prolongadas.
- Galerías de arte
- Bares
- Salones de belleza
- Body art (tatuajes y piercings)
- Librerías y tiendas de música
- Cafés y restaurantes
- Tiendas de accesorios y ropa
- Entretenimiento (cines y teatros)
- Florerías
- Gimnasios
- Tiendas de mascotas
- Mapa de la zona Venice

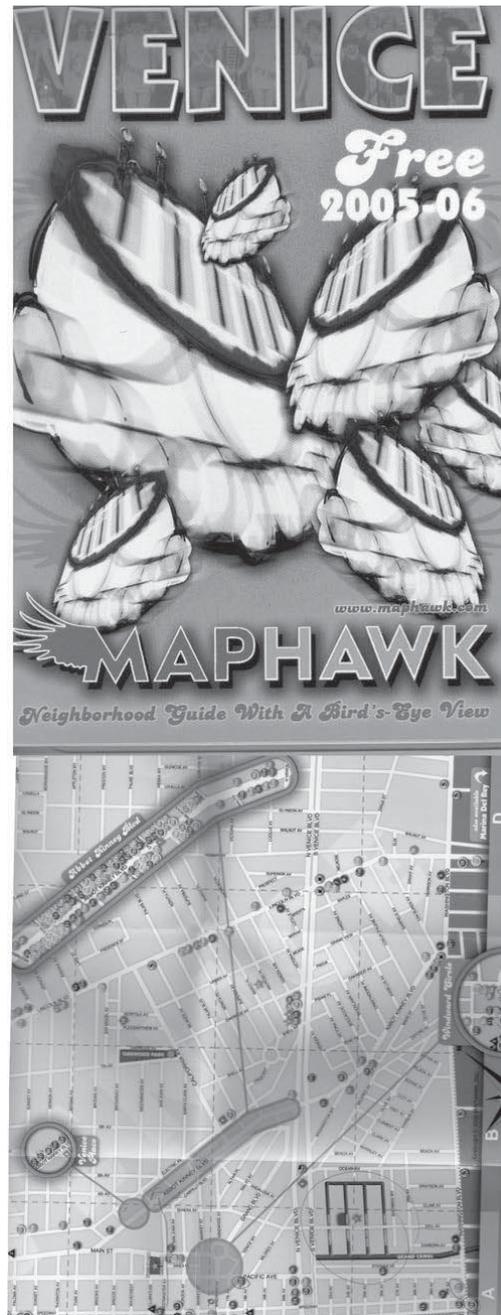
Aspectos técnicos:

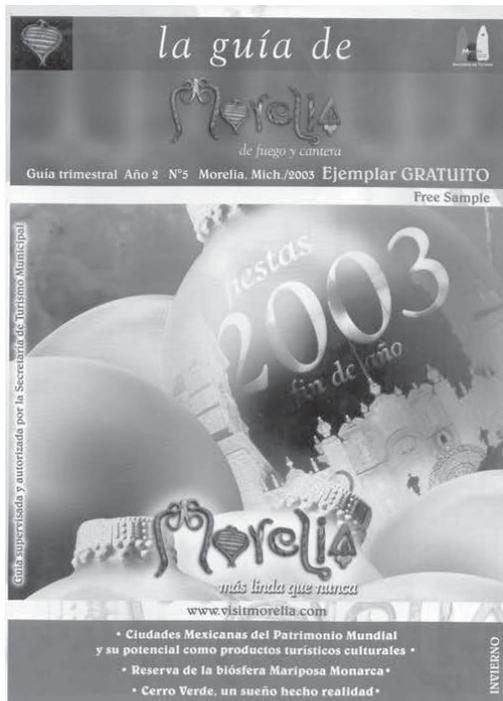
Formato.- Tabloide (plegable)

Papel.- bond

Impresión.- offset, en selección de color

La selección cromática en esta publicación es muy viva; sobresalen los verdes, muy de acuerdo con el lugar al que está dedicado. La tipografía usada, de manera muy decorativa en algunos casos, hace de ésta una guía muy llamativa, apropiada para el lugar.





## LA GUÍA DE MORELIA "de fuego y cantera" Morelia, Mich. México

Guía muy completa, con toda la información que el turista pueda necesitar cuando visita la ciudad; es de distribución gratuita y trimestral. Se encuentra hecha en español e inglés, y cuenta con un reportaje especial en cada número, que siempre será de interés para el turista.

Contenido:

- Índice
- Mapa del estado
- Reportaje (Ciudades mexicanas del patrimonio mundial y su potencial como productos turísticos culturales)
- Calendario de eventos para el trimestre en curso
- Mapa de la ciudad
- Hoteles
- Restaurantes
- Bares, discotecas, y cafés
- Museos y galerías
- Servicios de apoyo al turista
- Mapa del centro histórico de Morelia
- ¡No te lo puedes perder!

Aspectos técnicos:

- Formato- Oficio
- Papel- Bond
- Impresión- Offset en selección de color
- Encuadernado- Engrapado

Guía que, en cuanto a contenido, es muy completa; hablando de diseño, no es muy equilibrada; tiene varias tipografías de familias diferentes, sin ser necesario; está muy saturada de información, y también de publicidad; no tiene una personalidad y no refleja la ciudad de Morelia de una manera apropiada.



**VIAJA A LO EXTRAORDINARIO GUÍA TURÍSTICA**  
**REGIÓN URUAPAN**  
**Uruapan, Mich. México**

Guía de distribución gratuita dedicada a Uruapan y sus alrededores.

Contenido

-Mapa de la ciudad

-**Uruapan.**- Aquí se hace una muy breve descripción sobre los lugares de interés que la ciudad ofrece a los visitantes.

-San Lorenzo                      -Capacuaro

-Angahuan

-San Pedro Zacán

-Paracho

-Tingambato

-Ziracuaretiro

-Apatzingán

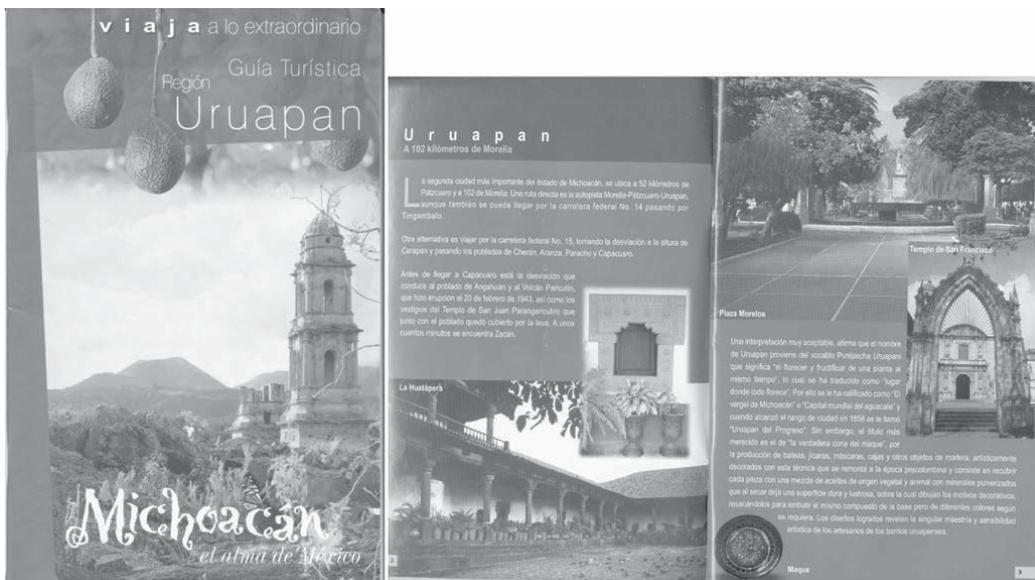
-San Juan Nuevo

Parangaricutiro

-Hoteles y restaurantes

-Mapa del estado de Michoacán

De cada uno de los pueblos anteriores se hace mención, así como se escribe una breve historia; sin embargo, nunca se hace referencia sobre cómo llegar a ellos, ni cuál medio es más apropiado para viajar.



Aspectos técnicos:

Formato- Carta

Papel- Bond

Impresión- Offset selección de color

Encuadrenado- Engrapado

Hablando de diseño, es la guía más rescatable de las que se recolectaron en la ciudad durante el acopio de material; hace uso de tonos verdes, lo cual refleja la vegetación que se tiene en la ciudad. Hablando de composición, se pudo lograr algo más funcional. En cuanto a la información proporcionada, todo está a medias. Tal vez uno de los problemas es que pretendieron abarcar demasiado, dejando de lado mucha información.

Todas estas guías varían entre sí; van dirigidas a diferente público, de diferentes países, pero de todas y cada una de ellas se pueden tomar en cuenta pequeñas y grandes aportaciones para lograr que el proyecto que se pretende desarrollar sea una respuesta eficaz ante el problema que antes se ha planteado. Así mismo, muchas de ellas tienen errores: en algunos casos, en materia de diseño; en algunos otros, en cuanto a la información. Lo anterior también se deberá tomar en cuenta para no caer en desaciertos de ese tipo.

**SOLUCIÓN**

**6**

# SOLUCIÓN

## BRIEF

### Necesidad

Uruapan, a lo largo del año, recibe un importante número de visitantes; sin embargo, la gran mayoría abandonan la ciudad en un lapso muy corto (horas, en algunos casos). Esto, hasta cierto punto, impide que la economía local se vea beneficiada por ello.

Se han hecho esfuerzos por cambiar este tipo de turismo de un día, pero no los suficientes ni de la manera más adecuada. Se han elaborado folletos en los que tal vez la información no ha sido la más adecuada, y nunca de una manera completa, ya que no se toman en cuenta diversas actividades que se podrían incluir como parte de una visita a esta ciudad. Se han dispuesto, en varios puntos de la ciudad, centros de información (como la Casa del Turista), pero esto no ha sido suficiente, ya que el desplazamiento a estos lugares muchas veces no es práctico. Por lo anterior, se puede saber que el visitante muchas veces deja Uruapan sin haber recibido información completa y práctica sobre los puntos de interés y diferentes actividades que se pueden desarrollar en la región. Por lo tanto, será necesario reunir toda la información pertinente sobre estas actividades, y ponerla al alcance de la mayor cantidad de visitantes.

Guías Turísticas Locales ▼  
Uruapan, Mich. ▼  
2005 (1) ▼



## Objetivo

El objetivo de este proyecto es presentar a la comunicación visual como un instrumento que coadyuve a la detonación de la actividad turística en la región, haciendo de la ciudad una opción sumamente atractiva para el visitante, informándole, de forma clara y amena, todo lo que Uruapan le ofrece como destino turístico.

Para lograr con éxito nuestro objetivo principal se han planteado ciertos objetivos secundarios:

- Identificar perfil del turista que visita Uruapan. (estatus económico, medio de transporte en el cual arriba a la ciudad, etc.)
- Investigar qué es lo que el turista busca cuando llega a la ciudad y, aún mejor, qué es lo que posiblemente le interesaría hacer y no está enterado de que en la ciudad existe la posibilidad de realizar.

## Perfil del Público meta

El tipo de visitantes que se reciben en la ciudad es muy diverso, va desde familias hasta autobuses turísticos que ofrecen tours por la ciudad, pasando por grupos de amigos, parejas jóvenes y adultos mayores. En cuanto a la situación económica de los visitantes, ésta es igualmente variada. En virtud de lo anterior, el público meta que se tomará en cuenta será amplio; sin embargo, se hará un esfuerzo por delimitarlo a fin de focalizar cuáles son las mejores opciones que se pueden ofrecer.

La investigación que se llevó a cabo arrojó que la mayoría de los visitantes que arriban a la ciudad lo hacen en automóvil particular y, en menor medida, en autobús; gran parte son de clase media, y sus edades están comprendidas dentro de un rango que abarca de los 25 a los 50 años, siendo este sector el más representativo de la muestra. Es importante destacar que el número de familias que se reciben es sumamente importante, haciendo necesario una consideración especial para los infantes; no obstante, siendo los padres quienes toman la decisión final sobre la visita, nuestro esfuerzo estará más enfocado a ellos, bajo el supuesto de que preferirán una ciudad que sea divertida también para sus hijos.

Visitantes del  
Parque Nacional  
"Barranca del Cupatitzio"  
Uruapan, Mich. 2005 (2) ▼



## Recursos humanos

Para el desarrollo del proyecto será necesario:

*Diseñador y comunicador visual.*- Encargado de la creación y desarrollo de este proyecto hasta su conclusión, en lo que concierne a la parte gráfica del mismo.

*Impresor.*- Para brindar su servicio en la impresión del proyecto.

*Fotógrafo.*- Será el encargado, por medio de la cámara, de retratar el mejor ángulo de la ciudad para presentarlo a los visitantes.

*Escritor.*- Éste será muy importante, ya que tendrá la responsabilidad de, con sus textos, complementar la parte visual de la solución.



*Ayudantes.*- Serán necesarios para la distribución y difusión del material promocional.

Personal que está día a día en constante contacto con el turismo en la localidad (administradores de hoteles, restaurantes, etc.).

## Recursos materiales

Equipo de cómputo.

Equipo fotográfico.

Herramientas de diseño.

## Recursos económicos

En cuanto a la parte económica serán diferentes dependencias de las que se podrá echar mano para llevar al cabo este proyecto: SECTUR, FIPROTUR (Fideicomiso para la Promoción Turística del Estado), Honorable Ayuntamiento de Uruapan y el sector privado.

## Recursos de diseño

*Fotografía.*- Para tener un inventario visual y así tener material suficiente de donde elegir las que mejores.

*Tipografía.*- Para que los artículos sean legibles, atractivos, y llamativos se tendrá que hacer un correcto estudio tipográfico.

*Diseño editorial.*- Para aprovechar al máximo los espacios y tener una buena distribución de todos los elementos que se incluirán.

*Diseño corporativo.*- Para dar una imagen propia que envuelva al proyecto y dé una imagen individual al turismo local.

*Estilización.*- Para representar de manera gráfica algunos de los mensajes que estarán incluidos en el proyecto.

Guía Turística Lonely Planet  
Solomon Islands  
2004 (3)



Por las características que este proyecto presenta, los conceptos que se utilizarán son:

### **Enfoque conceptual**

*Diversidad.-* Uruapan es una ciudad que con el paso del tiempo se ha desarrollado y, por lo tanto, hay una serie de actividades que se pueden ofrecer al visitante. Entonces se tendrá que poner en sus manos todas estas opciones para que éste decida qué es lo que más le agrada.

*Tradición.-* Toda la región está llena de tradiciones y formas de expresión muy propias; por lo tanto, es de suma importancia que el visitante se lleve un poco de las tradiciones y cultura.

*Naturaleza.-* El verde es representante de la naturaleza por excelencia, y la ciudad de Uruapan cuenta con paisajes llenos de vegetación con sus tonos y colores.

*Dirección.-* Para que el usuario sepa que todo el tiempo estará en la ruta correcta al lugar que el espera llegar.

### **Enfoque expresivo**

*Amigable.-* Para que el usuario, al recibir la información proporcionada, sepa que es confiable.

*Informal.-* Dejando las formalidades a un lado, el trato tendrá que ser así, para que el visitante sepa que solamente se trata de disfrutar y relajarse.

*Jovial.-* La diversión es muy importante y ello deberá verse reflejado en la solución.

### **Enfoque funcional**

*Invitante.-* Para que el usuario, en cada instante de su visita, sepa que es recibido de la mejor manera.

*Duradero.-* Para que este documento acompañe al visitante hasta el último momento de su estancia, e incluso se lo pueda llevar a casa como recuerdo, si es que así lo desea.

*Indispensable.-* Es de suma importancia que el resultado de este proyecto logre tener ese carácter indispensable para el visitante, ya que con él podrá llegar a los sitios que él como turista disfrutara.

*Eficiente.-* La solución que se presente al final, tendrá que brindar al problema un resultado del cual se obtengan beneficios suficientes, tanto para los visitantes como para los proveedores, de manera que la relación costo/beneficio resulte favorable.

### **Descripción de la solución**

La información que se decida incluir en el proyecto tendrá que ser de verdad útil y atractiva, con una presentación impecable a la vista de nuestro público meta, pero nada de esto tendrá razón de ser si no se encuentra la manera más práctica de hacerla llegar a las manos de los turistas de esta ciudad y que después se dejen guiar por las posibilidades que se les presentarán.

Para difundir este medio se tendrán que seleccionar los lugares estratégicos para tal propósito, tales como central camionera, aeropuerto, hoteles, casas del turista y sitios con una mayor afluencia turística en la ciudad o en las zonas cercanas a ella. Los elementos de promoción que se tienen contemplados para hacerle saber al visitante que este documento existe son carteles en algunos de los lugares mencionados anteriormente.

También se tiene contemplado algún tipo de módulo de información; esto, claro está, sólo en lugares donde sería necesario (tales como casetas de cobro, central camionera o aeropuerto). En ellos se repartirá el documento, además de brindar información extra que pueda necesitar el visitante. Esto último se tiene contemplado en las temporadas en las que la afluencia turística es más alta.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo y una solución óptima al problema, se ha hecho una adaptación de una metodología ya existente (Señalética, Joan Costa, página 129), tomando en cuenta los pasos que beneficiarán al proyecto y complementarán la información ya recabada.

### **1ra Etapa. Acopio de la Información**

- 1.1 Ubicación de los servicios y sitios de interés turístico
- 1.2 Textos descriptivos de los sitios de interés
- 1.3 Documentos fotográficos

### **2da Etapa. Diseño Gráfico**

- 2.1 Definición de formato y retícula
- 2.2 Proceso de bocetaje
- 2.3 Sistema icónico
- 2.4 Estudio tipográfico
- 2.5 Selección cromática
- 2.6 Elementos decorativos

### **3ra Etapa. Realización**

- 3.1 Resultado
- 3.2 Material Promocional y distribución

## 1ra ETAPA. ACOPIO DE LA INFORMACIÓN

### 1.1 Ubicación de los servicios y sitios de interés turístico

La intención del siguiente plano de la ciudad, es tener una idea clara sobre la ubicación de los sitios de interés y de los servicios básicos (aeropuerto y terminal de autobuses) para el turista dentro de la ciudad y las posibles rutas a seguir.



### 1.2 Textos Informativos de los sitios de interés

Estos textos serán una descripción de los sitios incluidos en la solución; son muy importantes, ya que la parte gráfica estará complementada con ellos para que el usuario se sienta atraído al lugar en forma y fondo.

### **Parque Nacional “Barranca del Cupatitzio”**

Enclavado en el centro de la ciudad de Uruapan, el Parque Nacional, como se le conoce comúnmente, es hoy uno de los baluartes turísticos de Michoacán. Su incomparable belleza natural, su exuberante flora, el manantial de donde brota el Río Cupatitzio, las fuentes y caídas de agua y una rica historia que mezcla nuestro pasado indígena con la época colonial, matizada con un sinnúmero de leyendas fantásticas, conforman un escenario mágico que seduce a propios y extraños.

El Parque Nacional “Barranca del Cupatitzio” constituye, además, una reserva de la biosfera regional de suma importancia para el equilibrio ecológico de la ciudad, convirtiéndose así en patrimonio y orgullo de todos los mexicanos. Actualmente, el Parque ofrece alternativas para el turista audaz que busca un contacto directo con la naturaleza, con actividades como ciclismo de montaña, observación de aves y fauna diversa, senderismo y campismo; pero también se convierte en un refugio para aquél que desea regresar a sus orígenes, en comunión con el aire místico que ahí se respira, y enamorarse de esta tierra, su tierra...

Ven y conoce esta maravilla natural, déjate impresionar por su sin igual belleza y singular encanto; este Parque, nuestro Parque Nacional, se vive, pero también se siente.

### **Huatapera**

La Huatapera, del Purhépecha “lugar de reunión”, es uno de los edificios fundacionales de la ciudad de Uruapan. Construida por orden de Fray Juan de San Miguel, en 1533, es poseedora de una riqueza y relevancia histórica sin igual, pues fue el primer hospital para indios de todo el continente americano y constituye un símbolo del sincretismo indígena y español. Por todo esto, hoy es considerada patrimonio de la humanidad y orgullo de una nación, la nación mexicana.

En la actualidad, emplazada en el centro histórico de la ciudad, la Huatapera abre sus puertas como museo y nos invita a conocer y recrear la realidad de aquellos primeros pobladores de la región. Ven y descubre esta nuestra historia; aprópiate de ella, de nuestras raíces.

### **Templo de San Francisco**

Uno de los edificios más emblemáticos de Uruapan es el Templo de San Francisco por ser uno de los pilares sobre los que se erigió la ciudad. El Templo es, después de la Huatapera, la construcción más antigua, y aunque ha tenido que ser varias veces reconstruida, conserva el misticismo original que los frailes fundadores le heredaron.

El Templo de San Francisco es, además de un lugar de culto tradicional, una joya arquitectónica que atesora una gran historia, así como grabados y pinturas de varios artistas que enriquecen la construcción y a la ciudad misma. Visita el Templo de San Francisco y conoce uno de los baluartes históricos de Uruapan.

### **Fábrica de San Pedro**

Años después del México Independiente, la Fábrica de San Pedro surge como muestra del carácter emprendedor de los habitantes de Uruapan. Dedicada a la industria textil, se constituyó como uno de los motores del desarrollo de la ciudad e inyectó un gran dinamismo a la economía de la región.

Actualmente, las instalaciones de lo que fue la Fábrica de San Pedro son un sitio de reunión ideal; ubicado a unas cuadas del Centro Histórico de la ciudad, el edificio cuenta con un amplio salón de eventos sociales donde se ofrecen algunos recitales y un agradable bar, donde puedes pasar un buen rato escuchando la música del momento. Ven a divertirse en compañía de tus amigos y disfruta del peculiar ambiente que el lugar te ofrece.

### **Casa de la Cultura**

Otro de los edificios fundacionales de Uruapan es la Casa de la Cultura, mismo que fuera, originalmente, el Convento Franciscano donde se ofrecía asistencia espiritual a los primeros habitantes de la ciudad. Edificada en 1536, a un costado del Templo de San Francisco, la construcción es poseedora de una gran historia, un sinnúmero de leyendas y una riqueza cultural invaluable.

Hoy día, la Casa de la Cultura brinda a la población cursos de pintura, baile y música, entre otros; es, además, el lugar por excelencia donde se ofrecen conciertos y recitales, así como exposiciones pictóricas y fotográficas. En tu próxima estancia en Uruapan visita su Casa de la Cultura, seguramente encontrarás algo que te sorprenderá.

### **Tingambato**

La zona arqueológica de Tingambato, se encuentra en la población de Santiago de Tingambato, ubicada a 20 Km. de Uruapan, en la carretera a Pátzcuaro, y es hoy por hoy, una joya del pasado prehispánico michoacano. Este sitio que data del año 450 de nuestra era, reviste un doble interés por ser anterior al esplendor de la cultura Purépecha y por ser una pieza clave en la construcción histórica de los primeros pobladores de estas tierras.

Aunque no ha sido explorado en su totalidad, este centro ceremonial prehispánico ofrece a los visitantes la oportunidad de recrear un misterioso pasado, al mismo tiempo que disfrutar de la belleza natural de la región. No pierdas la oportunidad de conocer Tingambato y ponerte en contacto con nuestras raíces.

### **Zirahuén**

Zirahuén, del purépecha “lago de los dioses”, es uno de los lugares más paradisíacos del estado de Michoacán. Ubicado a 40 Km. de Uruapan en la carretera a Morelia, el lago de Zirahuén ofrece al visitante sus aguas cristalinas, enmarcado bajo el azul del cielo y el verde de sus montañas. Cuenta con una amplia infraestructura turística que permite al visitante entrar en contacto directo con la naturaleza sin privarse de las comodidades urbanas. La pesca deportiva, vela, kayak, squí, cabalgatas, paseos a pie o en lancha, y un sinnúmero de actividades, hacen de Zirahuén el destino perfecto para pasar unos días en familia, con los amigos o de luna de miel. Ven y déjate cautivar por su belleza.

### **La Tzaráracua**

Ubicada a las afueras de la ciudad, la Tzaráracua es una hermosa caída de agua del Río Cupatitzio, de más de 50 m de altura, sobre rocas de origen volcánico. El ensordecedor estruendo de la cascada y la exuberante vegetación de la cañada, convierten a la Tzaráracua en un lugar impresionante.

El recorrido, de más de 3 Km, se puede realizar a caballo o a pie, bajando los 579 escalones entre impresionantes taludes y una flora de singular belleza. A lo largo del descenso hay varios miradores desde donde se puede apreciar el hermoso paisaje que ofrece la barranca. Si el visitante así lo desea, después de otros 20 minutos de caminata, se puede acceder a la Tzararacuita, una cascada más pequeña que forma un pequeño estanque donde se puede disfrutar de un rico chapuzón en aguas cristalinas.

Este hermoso lugar ha sido acondicionado con asadores, sanitarios, leña y demás

### **Parque de la Pinera**

Este pequeño bosque de coníferas, conservado como una reserva natural, constituye hoy uno de los ‘pulmones’ de la ciudad. Durante años, la Pinera, como se le conoce comúnmente al parque, ha sido el lugar tradicional de reunión familiar, convirtiéndose en testigo mudo del crecimiento de varias generaciones de uruapenses.

El Parque de la Pinera es, por excelencia, el lugar de recreación de la ciudad. Su amplio espacio, sus instalaciones deportivas, sus quioscos ideales para fiestas infantiles y su encanto natural, hacen las delicias de chicos y grandes. En tu próxima visita a Uruapan date la oportunidad de conocer este lugar de belleza y sencillez cautivadoras.

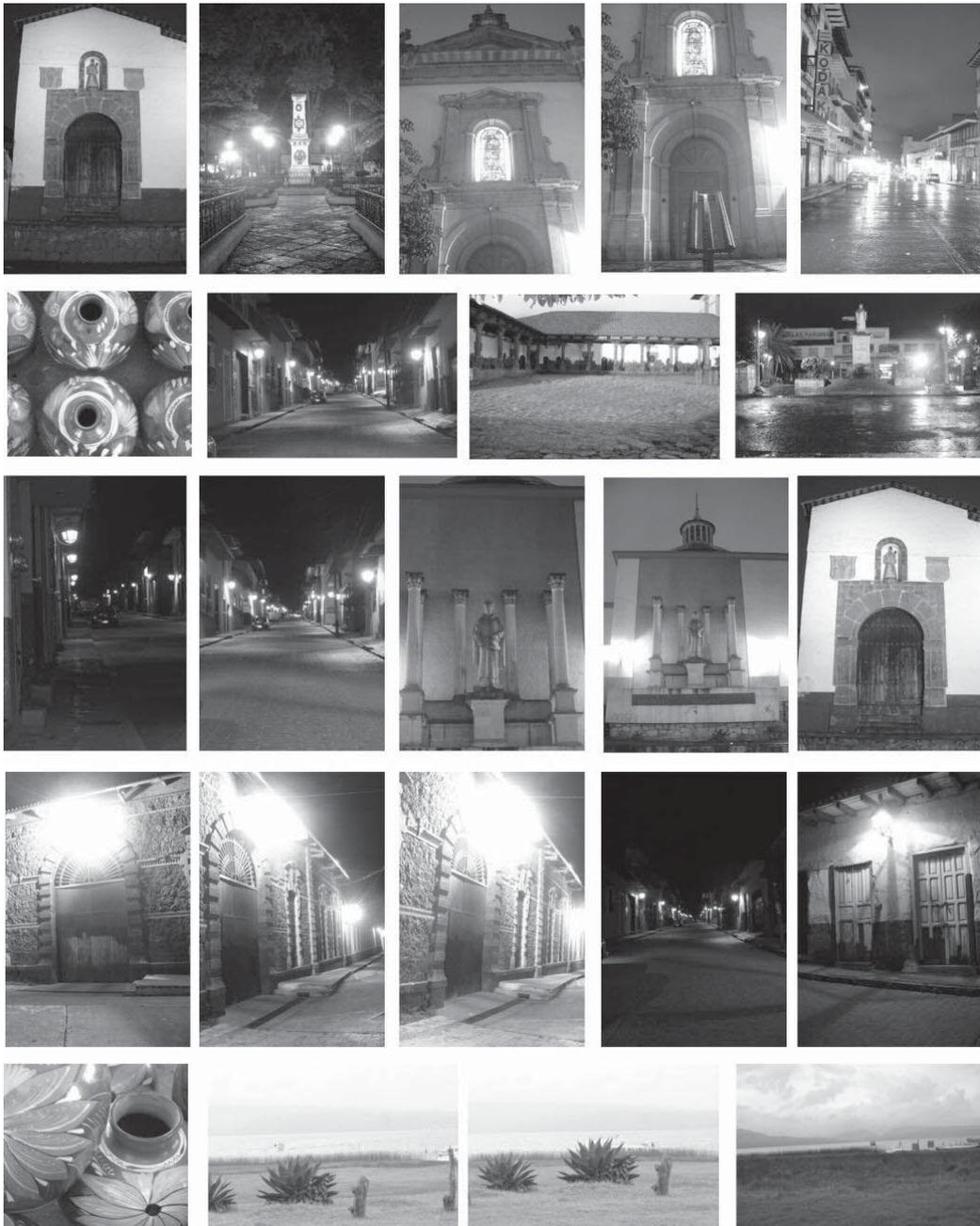
### **Mercado de Antojitos**

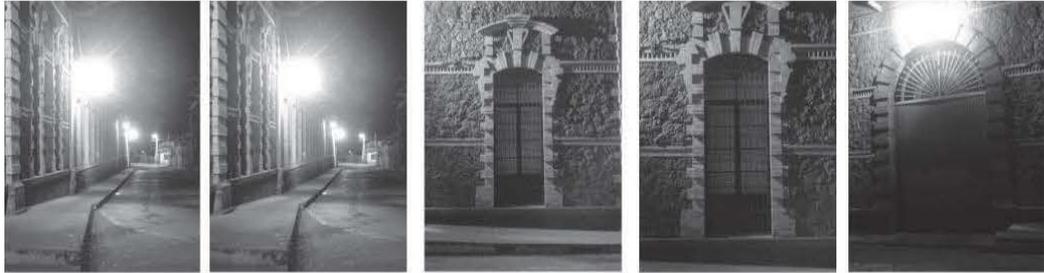
La comida es algo que no puede faltar, al menos no en Michoacán, y Uruapan no es la excepción. Herederos de una gran cultura culinaria, los uruapenses concentran en este mercado lo mejor de sus tradiciones y ofrecen una gran variedad de sabrosos antojitos que satisfacen al gusto más exigente.

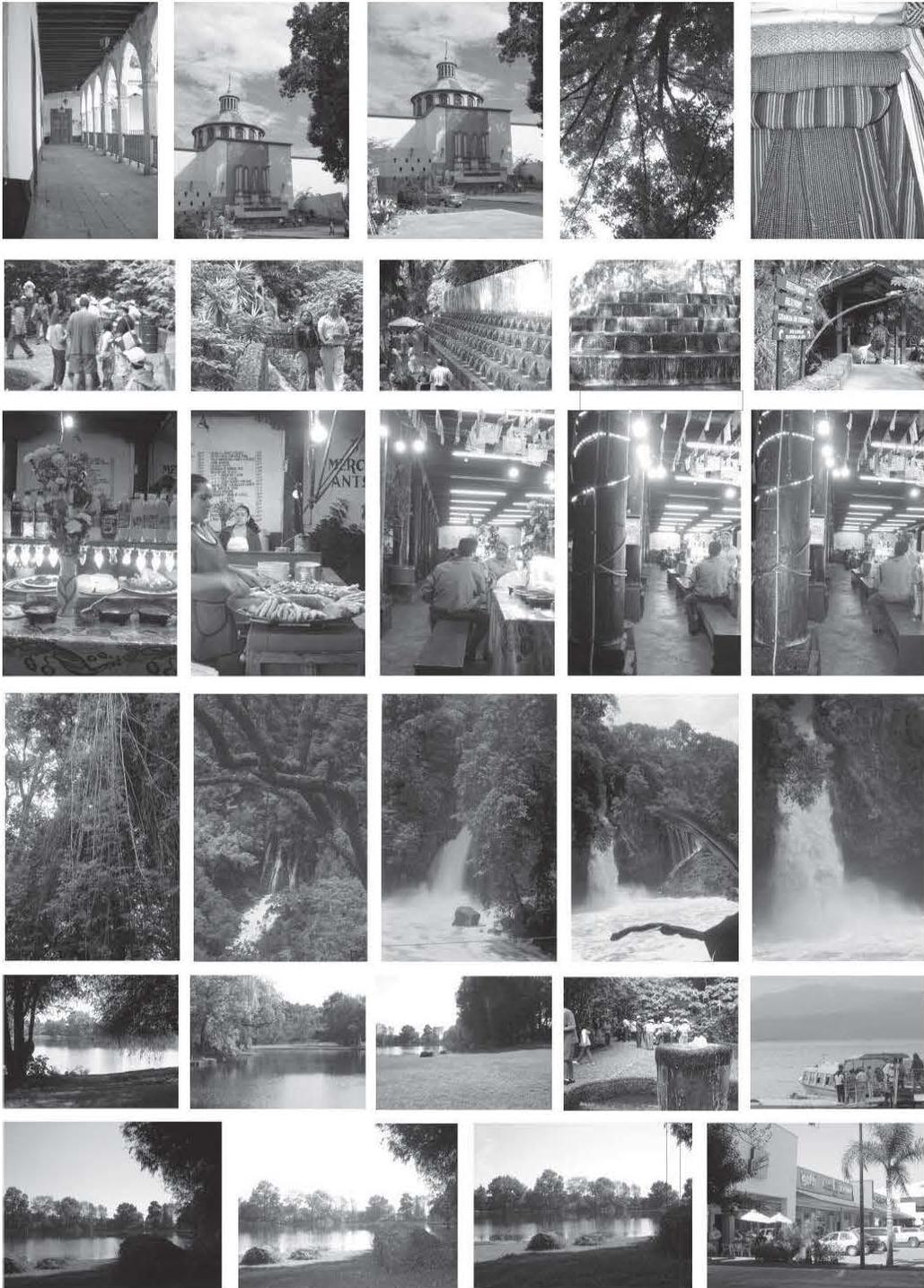
Ubicado en el Centro Histórico de la ciudad, justamente atrás de la Huatapera, el Mercado de Antojitos te invita a saborear los deliciosos platillos típicos de la región, que van desde los tradicionales tamales con atole, hasta el rico pozole, sin faltar las exquisitas tostadas, sopes y enchiladas. En tu recorrido por Uruapan no olvides consentir a tu paladar, no te arrepentirás.

### 1.3 Documentos fotográficos

El siguiente material fotográfico será esencial, ya que de él se podrán elegir las imágenes adecuadas.





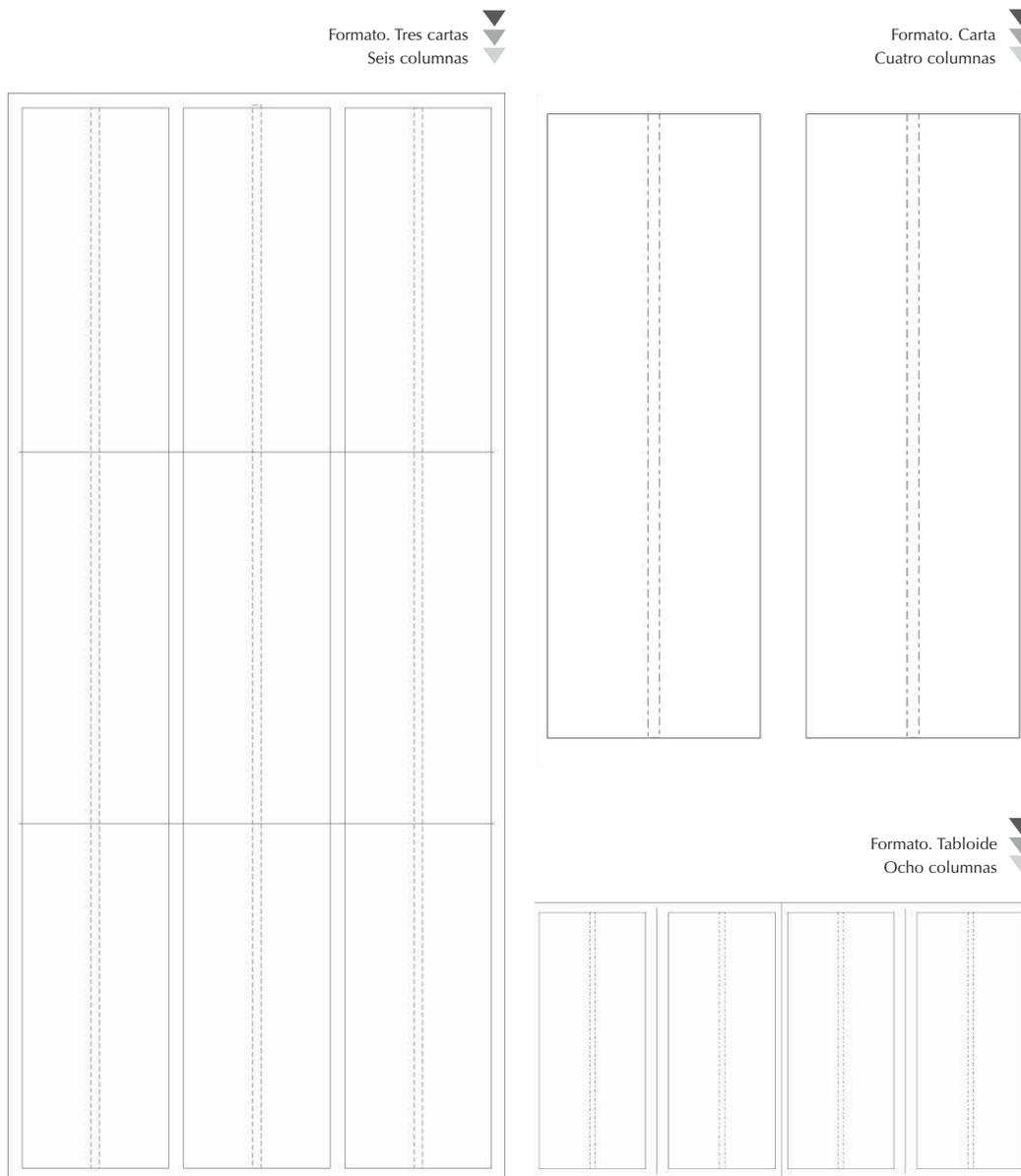




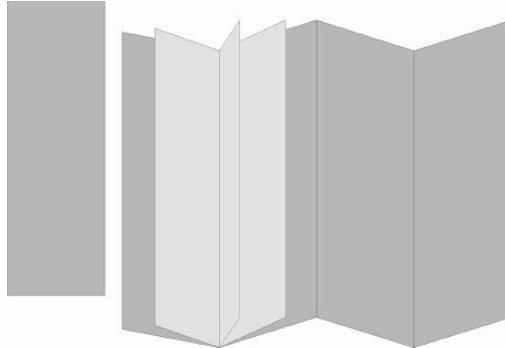
## 2a. Etapa. Diseño gráfico

### 1.1 Definir formato y retícula

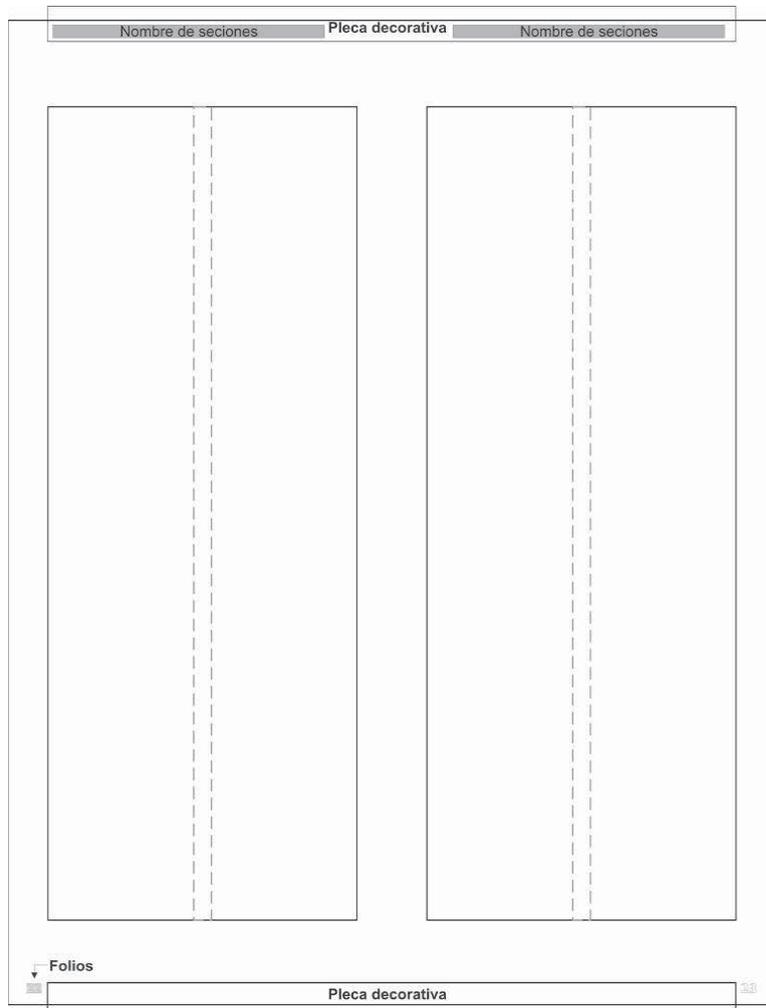
A continuación se presenta el proceso de bocetaje, tanto de retícula como su aplicación en diferentes formatos, para al final llegar a elegir el mas apropiado.



**-Formato y reticula finales**



Formato. Carta con  
tabloide al final para  
mapa plegable.  
Cuatro columnas  
Presentada en escala al  
60%



## 2.2 Proceso de bocetaje

-La identidad turística de Uruapan

En el proceso de bocetaje para la identidad turística de la ciudad, se tomaron en cuenta diferentes conceptos, imágenes, colores, uso tipográfico, etc. Unos con mayor éxito que otros, pero se consideró importante dar a conocer el proceso que llevó a lo que es la solución.

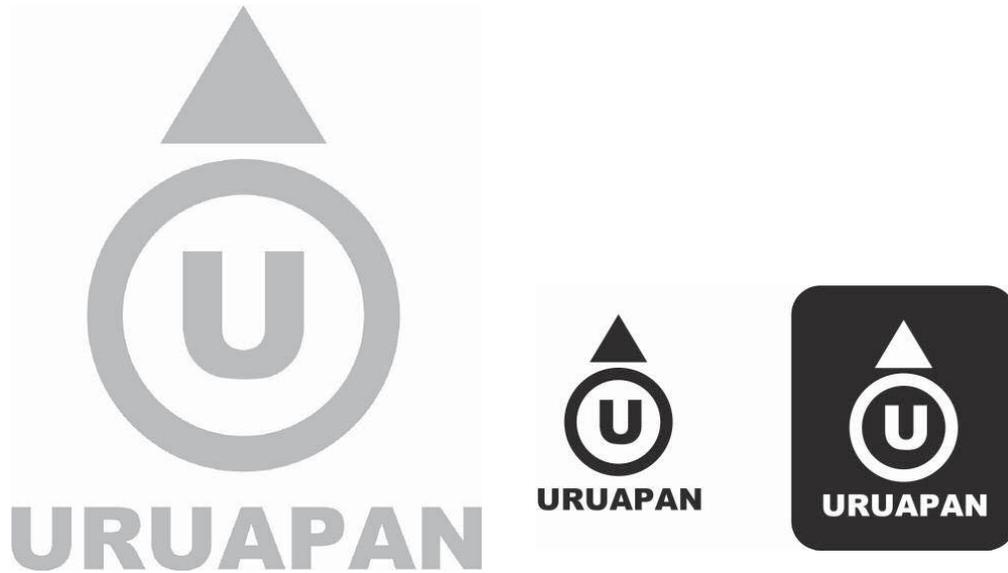
Primeros bocetos  
del proceso.





Identidad final ▼  
 Una tinta ▼  
 positivo/negativo ▼

Bocetos finales ▲



En función de los objetivos centrales de este proyecto, la solución a la que se llegó está basada en el concepto de dirección, fundamentalmente, es decir, guiar a los usuarios (turistas o visitantes) durante toda su visita.

-Nombre y logo de la publicación.

Dentro de varias opciones que se hicieron para el nombre que deberá llevar esta guía, se llegó a que “de arribAbajo” es el nombre más apropiado. Éste va de acuerdo con lo que se pretende lograr con este proyecto, que es que el visitante conozca la ciudad de extremo a extremo.

Aquí se presentan desde los primero bocetos hasta el resultado.



Priemeras propuestas  
y resultado final ▼

de <sup>SLIP</sup>arriba <sup>psio</sup>abajo

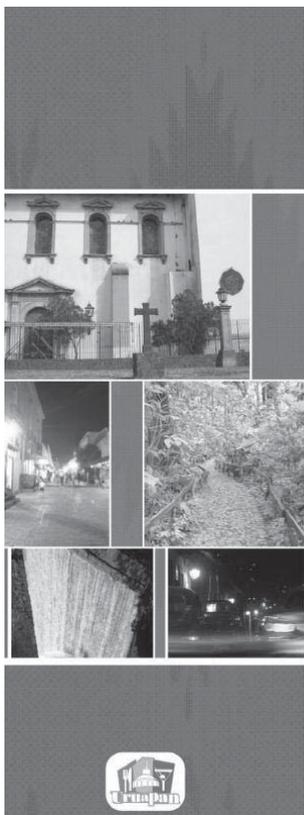
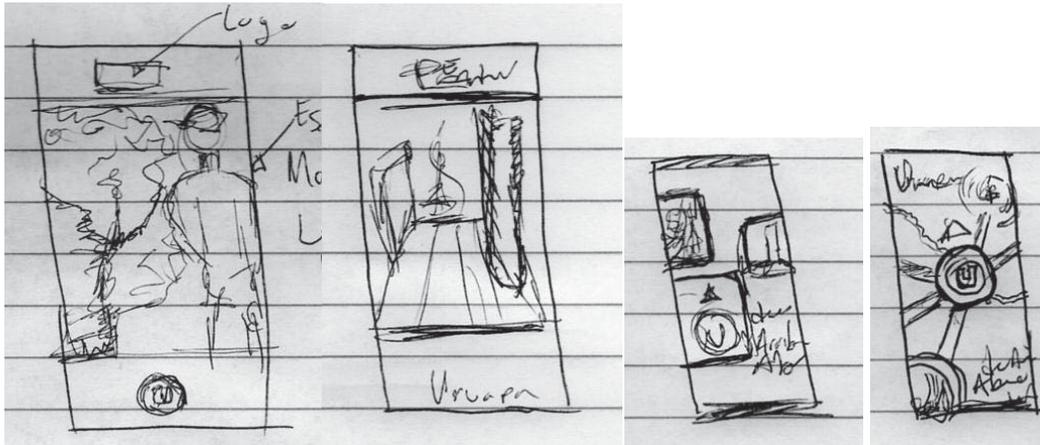
de <sup>psio</sup>arriba <sup>psio</sup>abajo

de  
arriba  
abajo

-Portada

Al igual que con la identidad, aquí se presentan varias propuestas de portada; algunas, a pesar de ser estéticamente buenas ideas, no se adaptaron de buena manera a la imagen que se pretende dar a conocer al usuario y por lo tanto se eliminaron para así llegar a la propuesta final de portada.

Primeros bocetos y  
propuestas de portada ▼



año I No. I

de  
arriba  
bajo



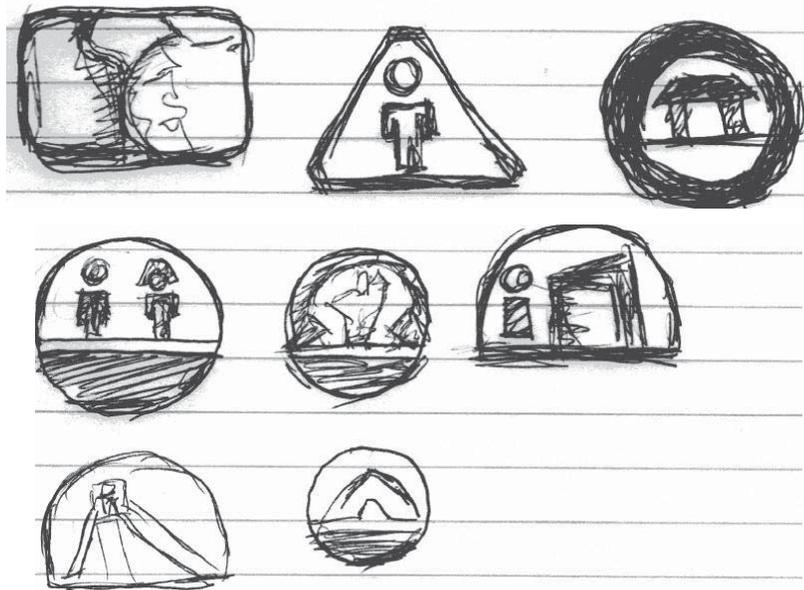
Publicación Gratuita Semestral



Portada final  
Media carta  
Selección de color  
▶▶▶

### 2.3 Iconos informativos

Para complementar la información y dar mayor dinamismo, se ha desarrollado un sistema icónico, representando los servicios que cada sitio de interés ofrece al público (sanitarios, estacionamiento, etc.).



**Cuota de entrada**



**Exposiciones**



**Espacios para acampar**



**Juegos Infantiles**



**Estacionamiento**



**Restaurante**



**Espacios para convivios**



**Artesanías**



**Sanitarios**

## 2.4 Estudio tipográfico

La tipografía es tan importante como cualquiera otra parte de la solución, ya que el éxito de la guía depende, en gran parte, de la comodidad en la lectura, impacto y legibilidad.

Las tipografías seleccionadas para el proyecto son:

Títulos. CastleTULt

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q**  
**R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s**  
**t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Para el resto de las necesidades (subtítulos, Cajas de texto, pie de foto, créditos, etc.) se ha seleccionado la familia Swiss 721 ya que, además de ser muy legible, incluso en puntaje muy reducido, su familia tipográfica es muy amplia y brinda buenas soluciones para cualquier necesidad.

Subtítulos. Swiss 721 bt Heavy

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W**  
**X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

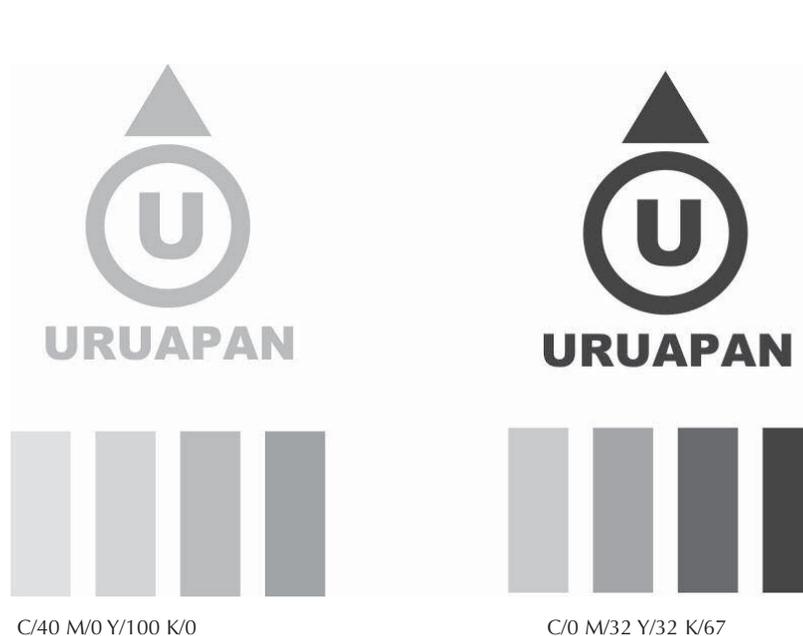
Caja de texto Swiss 721 bt 10 pt

A B C D E F G H I J

K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

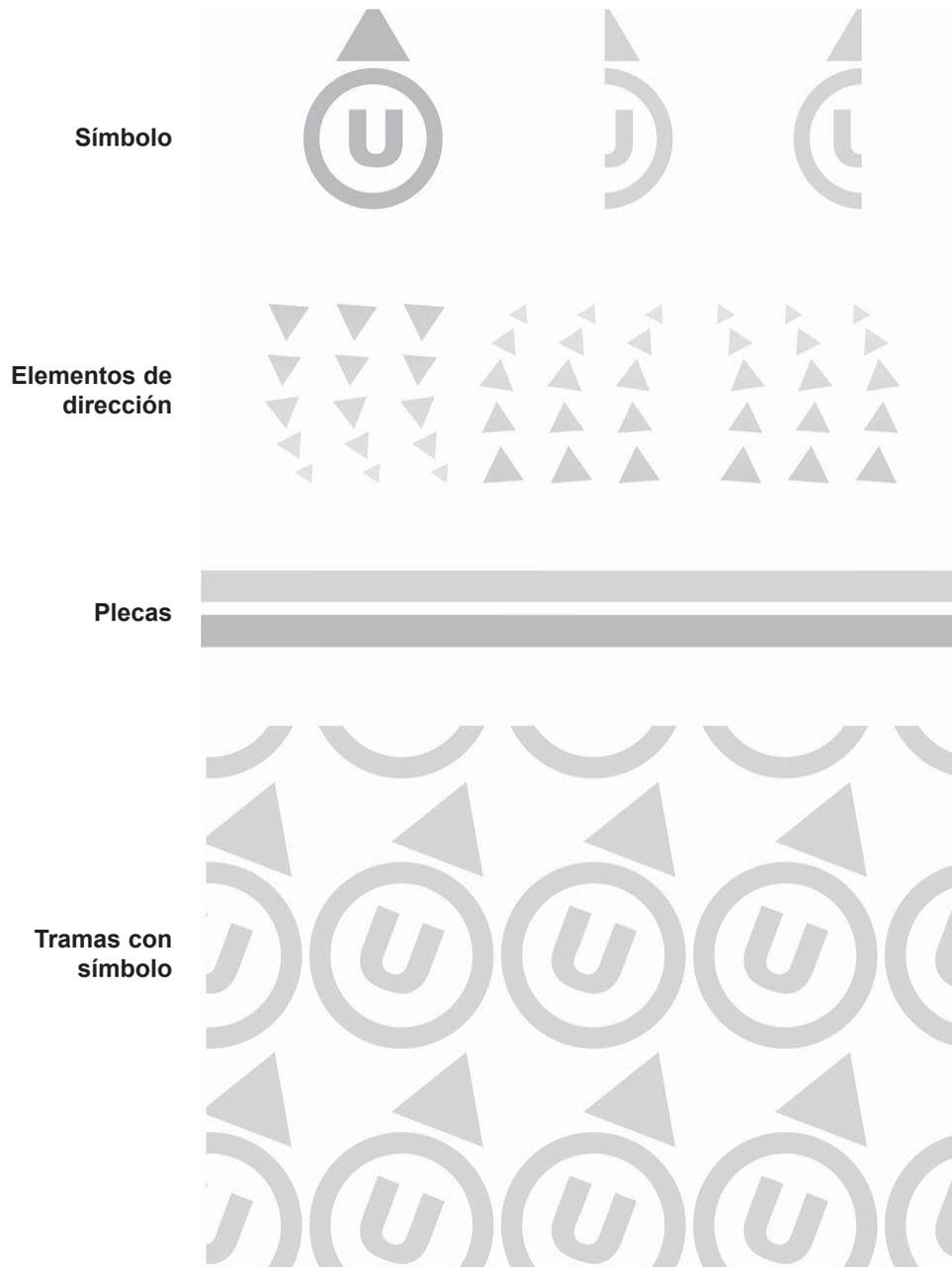
## 2.5 Selección cromática

Los colores que estarán presentes y predominantes en esta publicación, tendrán que ser respetados y usados en algunos casos con criterio, si es que hay hacer uso de una mayor gama de color.



## 2.6 Elementos decorativos

El propósito de estos elementos es dar armonía y estética al proyecto. Para ello se han desarrollado varias posibilidades, las cuales serán usadas de acuerdo con el criterio del encargado de este proyecto.



## **3ra ETAPA. REALIZACIÓN**

### **3.1 Resultado**

A continuación se presenta el resultado del esfuerzo de la investigación y un largo proceso de diseño, como parte de la solución por medio de la comunicación visual ante el problema anteriormente planteado.

año I No. I

de  
arriba  
bajo



leza Naturaleza Naturaleza Na  
descanso Descanso Descanso  
ción Tradición Tradición Trad  
n Diversión Diversión Diversi



URUAPAN

Publicación Gratuita Semestral

Portada Final Uruapan  
de arriba abajo  
2006



# ¡BIENVENIDO!



## Estimado visitante:

En tus manos tienes el resultado de un esfuerzo conjunto por ofrecerte un instrumento que haga más placentera tu estancia en nuestra ciudad. En él encontrarás un documento sencillo de consultar, con toda la información que hará de tu visita una experiencia única. Una guía de los sitios de interés de la ciudad, un directorio completo con los mejores hoteles, restaurantes y establecimientos comerciales, así como una lista de actividades alternativas que se pueden realizar gracias a las características naturales de la región, son sólo algunos de los contenidos incorporados en este trabajo. Con esta guía, nuestro propósito es llevarte de la mano a recorrer nuestra ciudad para que la descubras palmo a palmo y te maravilles con toda la belleza que atesora esta región, al mismo tiempo que cuentas con apoyo que te será de gran utilidad en caso de que acontezca cualquier contratiempo durante tu visita. En suma, queremos hacer de Uruapan tu destino favorito. Con esta breve fotografía de la ciudad intentamos animarte, pues estamos seguros que la ciudad por sí sola terminará por convencerte. Bienvenido!!!

Marco Antonio Lagunas Vázquez,  
Presidente Municipal  
Uruapan, 2006.



## Información Útil

### Casa Regional del Turista

Emilio Carranza No. 44 a tres cuerdas del centro.

### Servicio de Grúas

(452) 523-7031 (Grúas Uruapan)

### Emergencias

066 (en todo el estado)

### Servicios de Taxi

(costo máximo de un servicio dentro de la ciudad \$30)

(452) 523-7760 (Taxis Monarca)

527-1429 (Taxitel del Cupatitzio)

### Casas de Cambio

(452) 524-6008 (Multidivisas Monarca)

523-4590 (Multidivisas Cupatitzio)

## Cómo Leer Esta Guía

 Hoteles con habitación por noche abajo de \$500

 Hoteles con habitación por noche entre \$500/\$1000

 Hoteles con habitación por noche arriba de \$1000

 Sitios de interés con cobro de entrada

 Se tienen espacios con exposiciones de diferente tipo

 Cuentan con espacios para acampar

 Espacios de entretenimiento para niños

 El lugar cuenta con estacionamiento

 Espacios con restaurantes

 Quioscos disponibles para convivios

 Venta de artesanías

 Servicio de sanitarios

## DOMINGO DE RAMOS EN URUAPAN: La imperecedera seducción de las ollitas

Arturo Ávila V.

**U**ruapan no es cosa del otro mundo cuando se la visita: mezcla de pueblo y ciudad, con casi todas las equivocaciones urbanas cometidas, poseída por los comercios "ambulantes" que en realidad son más fijos que los legalmente establecidos y carente de una identidad que la diferencie de las comunidades de la Tierra Caliente o las de la sierra; sin la majestuosa dignidad pétrea de Morelia o Zamora, ni el sabor antiguo, de tiempo detenido entre vigas y tejados, con el que Pátzcuaro cuenta. Desprovista también de la uniformidad humana y edilicia de otros grupos humanos de la entidad, la segunda ciudad en importancia de Michoacán es, aún viéndola con simpatía solidaria y orgullo provinciano, poco más que un parque nacional rodeado por caos vial y cortinas metálicas.

Sin embargo, la Providencia no desampara del todo a nadie y cada año, desde el siglo antepasado por lo menos, en Uruapan tiene lugar una peculiar reunión que es capaz de redimirla de sus carencias y presentarla bajo la apariencia de un magnífico espectáculo para los sentidos. En las cercanías del primer plenilunio de primavera (marzo o abril según los astros, y atendiendo a lo marcado por el Concilio de Nicea), durante la Semana Mayor y



Páginas 2, 3, 4, 5  
Artículo sobre  
Uruapan o la región  
Uruapan  
de arriba abajo



---

la primera de la Pascua cristiana, su plaza central obtiene una tregua de apariencia. Y no porque los portales aledaños queden ocultos por los mantos morados con los que la Iglesia Católica envuelve sus vírgenes y santos para impedirles ver el horror de la muerte del Nazareno, sino por la invasión, conmovedora en su sencillez, de la belleza escondida entre huacales, chundes, tambaches y cajas en que los artesanos del estado y algunos más provenientes de ciertas regiones muy específicas del suelo nacional traen los frutos de sus manos, hechos de madera, de tierra cruda o cocida, de cobre, lana, tule y algodón, para ofrecerlos en venta dentro del tianguis artesanal del Domingo de Ramos, "el más importante de Latinoamérica", como sostiene arrogante la propaganda oficial.

Desde casas situadas a pocas calles del Jardín Municipal, o desde poblados perdidos en lo alto de las montañas, entre los bosques o en la ribera de los lagos, los artesanos vienen, como las hormigas del cuento de Arreola, portando entre las manos o cargando sobre las espaldas prodigiosos miligramos

## **“El más importante de Latinoamérica”**



para granjear la voluntad de los viandantes que acuden a la cita, quienes por su parte se han hecho, meses atrás, las mismas preguntas nada más arrancar la última hoja del calendario: "¿cuándo vendrán los ramos este año?" "¿Cuándo llegaran las ollitas?", y se hallan prestos para ir a caminar, cual si fuera otra promesa cuaresmal pendiente de cumplimiento, entre los estrechos pasillos que se conceden al tránsito peatonal, con el fin de contemplar los guanengos, las jícaras, los comales, las cocuchas, los cazos, las cucharas de palo, los baúles, los diablos de Ocumicho y los fogosos cántaros que, pese a su virginal condición de tierra recién cocida, saben besar apasionadamente las bocas candorosas que se acercan a ellos sin prudencia. O para admirar, con la misma reverencia con la que Adán debe haber contemplado las maravillas de la Creación, productos casi iguales a los que vieron hace uno, cinco o diez años, o a los que sus abuelos conocieron hace medio siglo. Y no importa si quien mira es un pequeño de pocos años, para quien todo es novedoso, o una anciana que ha sentido correr ya entre los dedos las cuentas del rosario vital que no podrá rezar de nuevo: la sensación que se experimenta al penetrar en el lugar



es la de un milagro colectivo capaz de aglutinar, bajo los fresnos centenarios y las clavellinas rompientes en pirotecnia rosa, las circunstancias distintas de miles de personas que comparten, con toda conciencia y voluntad, el elemento común de una vitalidad jubilosa.

## “Vitalidad Jubilosa”

Y es que el tianguis del Domingo de Ramos en Uruapan es un canto a la vida, como lo ha sido desde cuando sólo se llamaba feria del barro y tenía lugar, por espacio de dos o tres días, en la calle de Melchor Ocampo, extendiéndose hasta la de Santiago y el Jardín Izazaga, en una época tan remota que la gente no tenía que temer aún, gracias a ese desconocimiento que obedece a la inexistencia de las cosas, a los vehículos que en tiempos posteriores se apoderarían inexorablemente de las calles, dejando a los transeúntes apenas unas estrechas y disparejas lenguas de tierra para caminar. Como continuó siéndolo cuando, décadas después, las piedras callejeras murieron ahogadas por el asfalto del progreso y surgió como de la nada la plazoleta Donato Guerra, marchando entonces los exponentes del oficio y destino de cada pueblo (a nadie se le había ocurrido denominarles artesanos) mansa y alegremente.





Calzada de la rodilla del diablo No. 20 Col. la Quinta C.P. 60030

Tel. (452) 523-2100 fax 524-6772

www.mansioncupatitzio.com.mx Reservaciones@mansioncupatitzio.com



Tel./fax (452) 523 5844 Portal Carrillo No. 12 En el centro de la ciudad www.hotelregis.com.mx hotelregis@intermatsa.com

★★★



Nicolas Bravo 110 centro C.P. 60000 Lada sin costo 01 800 0007325 Fax (452) 523-4500 www.realdeuruapan.com.mx Info@realdeuruapan.com.mx



★★★★



Nicolás Bravo No. 34 Centro C.P. 6000 tel. (452) 523 5028 fax 524 6050 lada sin costo 01 800 714 2228 www.continentaluruapan.com

reservaciones@continentaluruapan.com

★★★★



Ocampo No. 64 Centro 60 000 En el centro de la ciudad Lada sin costo 01 800 420 0200 Fax (452) 523-3980

www.mexonline.com/plazauruapan reservaciones@hotelplazauruapan.com.mx



Portal Carrillo No. 8 En el centro de la ciudad Lada sin costo 01 800 420 0400 tel./fax (452) 523-0400 www.hotelconcordia.com.mx info@hotelconcordia.com.mx

★★★



Independencia No. 2 Centro C.P. 60000 Lada sin costo 01 800 420 9800 Tel./fax (452) 524-1500 www.hoteleltarasco.com Hoteleltarasco@vel.com.mx

★★★★



HOTEL EL TARASCO



5 de febrero No. 23 Centro C.P. 6000 tel. (452) 523 5028 fax 524 6050 lada sin costo 01 800 714 2228

★★



Cupatitzio No. 11 Centro C.P. 60 000 lada sin costo 01 800 420 3900 fax (452) 523-96 62 www.hotelvictoria.com.mx reservaciones@hotelvictoriaupn.com.mx



Km 4 carretera a Carapan Tel. (452) 524 9712 fax 524 2510 www.piedelasierra.com piedelasierra@intermatsa.com

★★★



\$ Hoteles con habitación abajo de \$500  
\$\$ Hoteles con habitación entre \$500/\$1000  
\$\$\$ Hoteles con habitación por noche arriba de \$1000

Clubes y cafés  
Restaurantes  
Hoteles  
Clubes y cafés  
Restaurantes  
Hoteles  
Clubes y cafés  
Restaurantes  
Hoteles



Música en vivo botanas gratis  
(Anexo) Piano bar La Cava  
Paseo Lázaro Cárdenas No. 1973  
tel.- (452) 523 3241  
\*\$140  
Cocina: cortes finos y mariscos

Cocina: Pizza, pasta,  
hamburguesas  
\*\$ 60  
tel: (452) 524 4319  
Bruselas No. 5 casi esq  
con paseo Lázaro Cárdenas



Cocina: Italiana  
\* \$140  
Centro  
tel.- (452) 838 8765



Cocina: rapida y nacional  
\*\$60  
tel: (452) 523 9764  
Paseo Lázaro Cárdenas  
No. 269  
Música en vivo fines de semana



Cocina: Carnes,  
Aves y Mariscos  
\*\$ 80  
tel: (452) 523-1052  
Morelos No. 183 Centro

Cocina: comida mexicana  
\*\$ 80  
Av. chiapas esq.  
Prolongacion Jalisco  
tel: (452) 523 5683



Cocina: Carnes y tacos  
\*\$ 60  
tel: (452) 523-1052  
Acapulco No. 156 Centro



Cocina: Pizzas  
\*\$60  
Tel. (452)524 3619  
Av. Latinoamericana 12a



Cocina: Tortas, quesadillas  
y burritos  
\*\$ 40  
tel: (452) 523-1052  
Av. Fco. Sarabia No. 258

Cocina: Antojitos  
mexicanos  
\*\$ 50  
tel: (452) 523-5672  
Independencia No. 378



\* Precio aprox. por persona

Restaurantes

Restaurantes

Restaurantes

Páginas 8 y 9  
Restaurantes  
Uruapan  
de arribAbajo  
◀◀

**Barrio VIDEO**  
Miércoles de trova  
Jueves de barra libre  
Viernes Rock en vivo  
Sábado DJ  
tel. (452) 527 2090  
\*\$100

El mejor ambiente grupero de la Cd.  
Jueves de barra libre  
Viernes, banda en vivo  
tel. (452) 526 6839  
Ave. Latinoamericana  
\*\$100

**Rancho Ruedas**

**La Misión BAR**  
music & drinks  
Música de los 80's y 90's en un ambiente relajado.  
\*\$100  
Paseo Lázaro Cardenas

Jueves de barra libre  
Sábado Música con DJ  
Tel. (452) 523 9332  
Calle Madrid  
\*\$80

**E LO E UN GE**

**Buddha Tai Lounge**  
Restaurant & Martini Bar  
Ambiente Lounge  
Viernes música en vivo  
Trova  
Calle Mazatlan No. 1025  
\*\$100

Páginas 10 y 11  
Clubes, bares y cáfes  
Uruapan  
de arribAbajo  
▶▶



Música con DJ  
Cerveza 2x1  
Paseo Lázaro Cárdenas  
Tel (452) 526 8591

Música con DJ  
No cover  
Cerveza \$20  
Calle Madrid




Música electrónica y  
rock clásico  
Cerveza \$15  
Tel. (452) 526 8592  
Calle Madrid

El café tradicional de  
Uruapan en un lugar  
agradable.  
Emilio Carranza 5-B




El café tradicional de  
Uruapan en el  
centro histórico  
Portal Carrillo

\* Precio aprox. por persona

Página 12, 13  
Parque Nacional  
"Barranca del  
Cupatitzio"  
Uruapan  
de arriba abajo



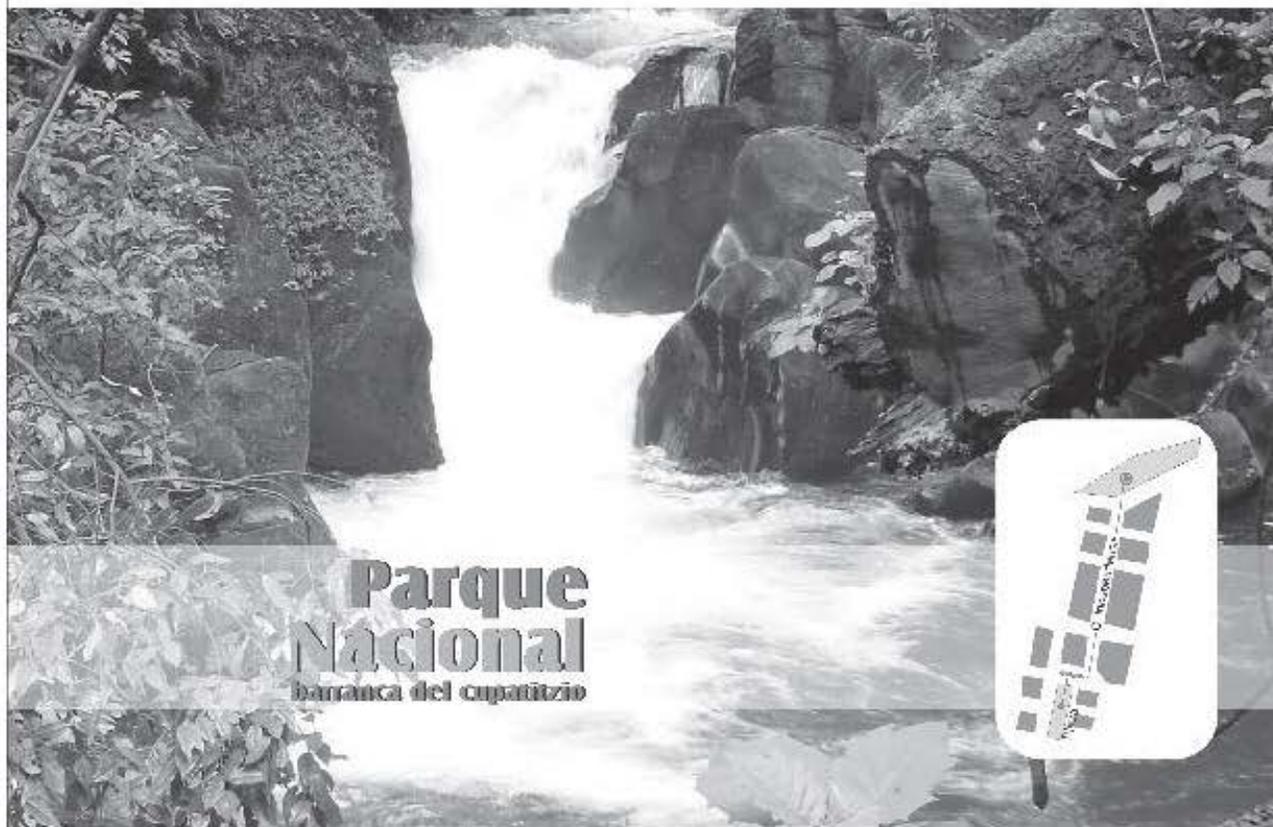
**E**nclavado en el centro de la ciudad de Uruapan, el Parque Nacional, como se le conoce comúnmente, es hoy uno de los baluartes turísticos de Michoacán. Su incomparable belleza natural, su exuberante flora, el manantial de donde brota el Río Cupatitzio, las fuentes y caídas de agua y una rica historia que mezcla nuestro pasado indígena con la época colonial, matizada con un sinnúmero de leyendas fantásticas, conforman un escenario mágico que seduce a propios y extraños.

El Parque Nacional "Barranca del Cupatitzio" constituye, además, una reserva de la biosfera regional de suma importancia para el equilibrio ecológico de la ciudad, convirtiéndose así en patrimonio y orgullo de todos los mexicanos. Actualmente, el

Parque ofrece alternativas para el turista audaz que busca un contacto directo con la naturaleza, con actividades como ciclismo de montaña, observación de aves y fauna diversa, senderismo y campismo; pero también se convierte en un refugio para aquél que desea regresar a sus orígenes, en comunión con el aire místico que ahí se respira, y enamorarse de esta

### \*Uno de los baluartes turísticos de Michoacán\*

tierra, su tierra... Ven y conoce esta maravilla natural, déjate impresionar por su sin igual belleza y singular encanto; este Parque, nuestro Parque Nacional, se vive, pero también se siente.



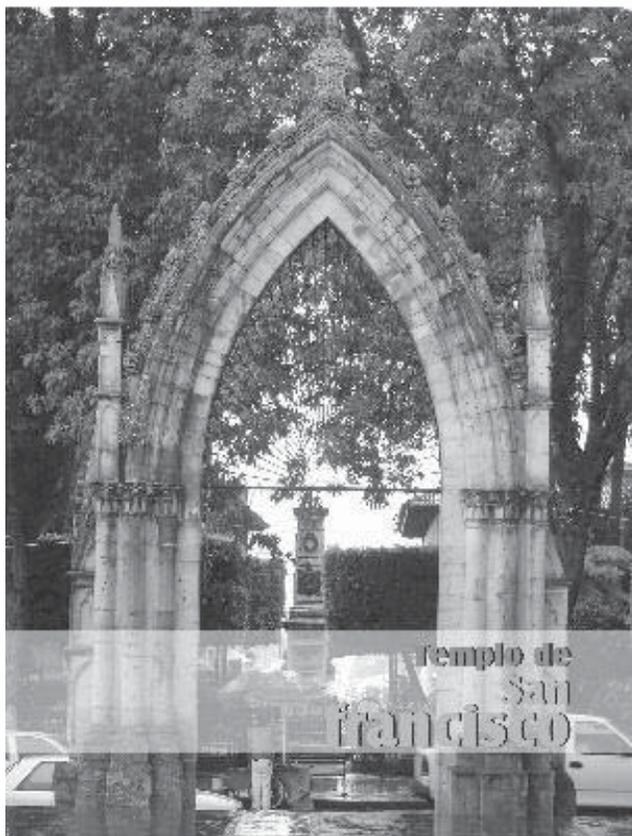
**Parque  
Nacional**  
barranca del cupatitzio

**L**a Huatapera, del Purhépecha "lugar de reunión", es uno de los edificios fundacionales de la ciudad de Uruapan. Construida por orden de Fray Juan de San Miguel, en 1533, es poseedora de una riqueza y relevancia histórica sin igual, pues fue el primer hospital para indios de todo el continente americano y constituye un símbolo del sincretismo indígena y español. Por todo esto, hoy es considerada patrimonio de la humanidad y orgullo de una nación, la nación mexicana.

### **\*El primer hospital de indios de todo el continente americano\***

En la actualidad, emplazada en el centro histórico de la ciudad, la Huatapera abre sus puertas como museo y nos invita a conocer y recrear la realidad de aquellos primeros pobladores de la región. Ven y descubre esta nuestra historia; aprópiate de ella, de nuestras raíces.





Templo de San Francisco

### \* Joya arquitectónica que atesora una gran historia \*

Uno de los edificios más emblemáticos de Uruapan es el Templo de San Francisco por ser uno de los pilares sobre los que se erigió la ciudad. El Templo es, después de la Huatapera, la construcción más antigua, y aunque ha tenido que ser varias veces reconstruida, conserva el misticismo original que los trailes fundadores le heredaron.

El Templo de San Francisco es, además de un lugar de culto tradicional, una joya arquitectónica que atesora una gran historia, así como grabados y pinturas de varios artistas que enriquecen la construcción y a la ciudad misma. Visita el Templo de San Francisco y conoce uno de los baluartes históricos de Uruapan.



**U**bicada a las afueras de la ciudad, la Tzaráracua es una hermosa caída de agua del Río Cupatitzio, de más de 50 m de altura, sobre rocas de origen volcánico. El ensordecedor estuendo de la cascada y la exuberante vegetación de la cañada, convierten a la Tzaráracua en un lugar impresionante.

El recorrido, de más de 3 Km, se puede realizar a caballo o a pie, bajando los 579 escalones entre impresionantes taludes y una flora de singular belleza. A lo largo del descenso hay varios miradores desde donde se puede apreciar el hermoso paisaje que ofrece la barranca. Si el

### **\*Hermosa caída de agua del Río Cupatitzio, de más de 50 m. de altura\***

visitante así lo desea, después de otros 20 minutos de caminata, se puede acceder a la Tzararacuita, una cascada más pequeña que forma un pequeño estanque donde se puede disfrutar de un rico chapuzón en aguas cristalinas.

Este hermoso lugar ha sido acondicionado con asadores, sanitarios, leña y demás



La  
Tzaráracua

\*Para indicaciones ver mapa costero\*



### \*Edificada en 1536, a un costado del Templo de San Francisco\*

**O**tro de los edificios fundacionales de Uruapan es la Casa de la Cultura, mismo que fuera, originalmente, el Convento Franciscano donde se ofrecía asistencia espiritual a los primeros habitantes de la ciudad. Edificada en 1536, a un costado del Templo de San Francisco, la construcción es poseedora de una gran historia, un sinnúmero de leyendas y una riqueza cultural invaluable.

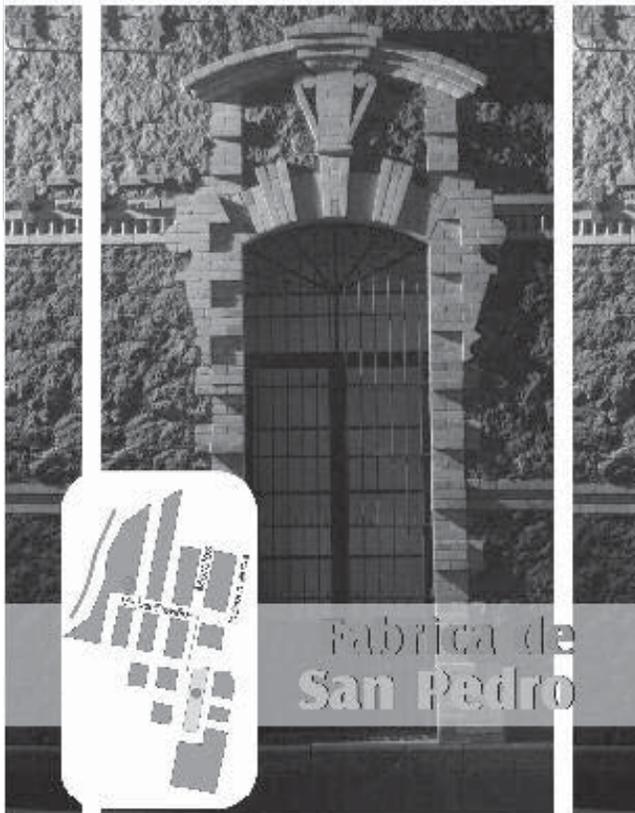
Hoy día, la Casa de la Cultura brinda a la población cursos de pintura, baile y música, entre otros; es, además, el lugar por excelencia donde se ofrecen conciertos y recitales, así como exposiciones pictóricas y fotográficas. En tu próxima estancia en Uruapan visita su Casa de la Cultura, seguramente encontrarás algo que te sorprenderá.



**A**ños después del México Independiente, la Fábrica de San Pedro surge como muestra del carácter emprendedor de los habitantes de Uruapan. Dedicada a la industria textil, se constituyó como uno de los motores del desarrollo de la ciudad e inyectó un gran dinamismo a la economía de la región.

**\*Disfruta del peculiar ambiente que la Fábrica de San Pedro te ofrece\***

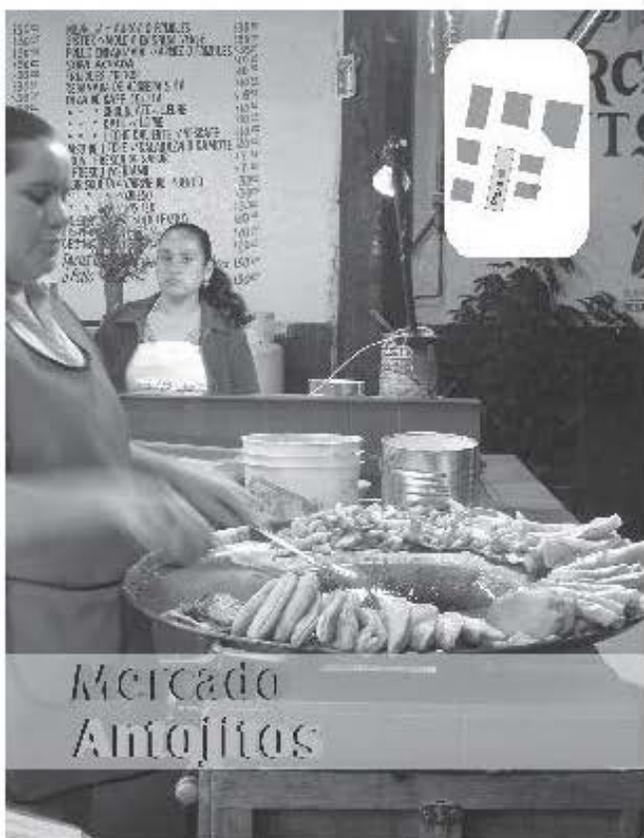
Actualmente, las instalaciones de lo que fue la Fábrica de San Pedro son un sitio de reunión ideal; ubicado a unas cuadras del Centro Histórico de la ciudad, el edificio cuenta con un amplio salón de eventos sociales donde se ofrecen algunos recitales y un agradable bar, donde puedes pasar un buen rato escuchando la música del momento. Ven a divertirte en compañía de tus amigos y disfruta del peculiar ambiente que el lugar te ofrece.



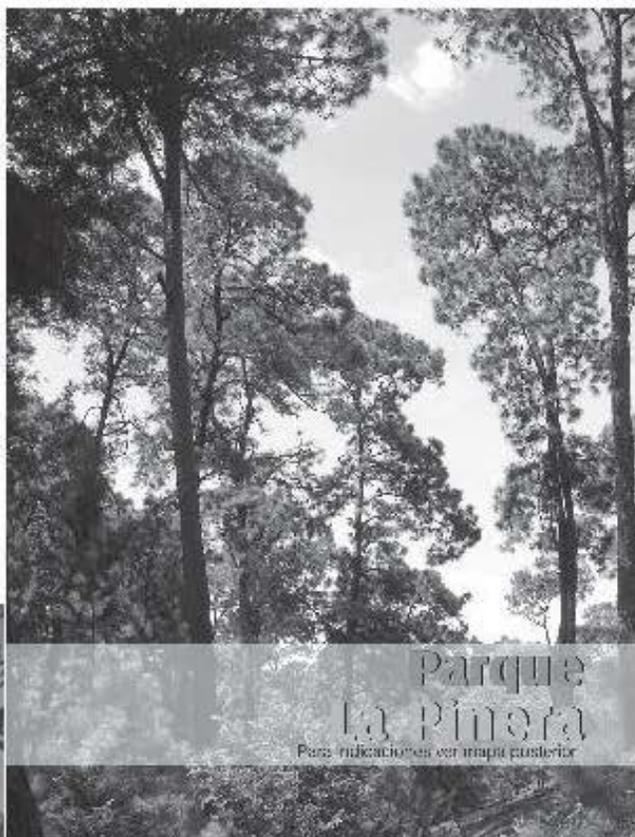
## \*El mercado de antojitos te invita a saborear los deliciosos platillos típicos de la región\*

La comida es algo que no puede faltar, al menos no en Michoacán, y Uruapan no es la excepción. Herederos de una gran cultura culinaria, los uruapenses concentran en este mercado lo mejor de sus tradiciones y ofrecen una gran variedad de sabrosos antojitos que satisfacen al gusto más exigente.

Ubicado en el Centro Histórico de la ciudad, justamente atrás de la Huatapera, el Mercado de Antojitos te invita a saborear los deliciosos platillos típicos de la región, que van desde los tradicionales tamales con atole, hasta el rico pozole, sin faltar las exquisitas tostadas, sopes y enchiladas. En tu recorrido por Uruapan no olvides consentir a tu paladar, no te arrepentirás.



Mercado Antojitos



Parque La Pinera  
Para indicaciones ver mapa posterior

## \*Lugar tradicional de reunión familiar\*

Este pequeño bosque de coníferas, conservado como una reserva natural, constituye hoy uno de los 'pulmones' de la ciudad. Durante años, la Pinera, como se le conoce comúnmente al parque, ha sido el lugar tradicional de reunión familiar, convirtiéndose en testigo mudo del crecimiento de varias generaciones de uruapenses.

El Parque de la Pinera es, por excelencia, el lugar de recreación de la ciudad. Su amplio espacio, sus instalaciones deportivas, sus quioscos ideales para fiestas infantiles y su encanto natural, hacen las delicias de chicos y grandes. En tu próxima visita a Uruapan date la oportunidad de conocer este lugar de belleza y sencillez cautivadoras.



**Z**irahuén, del purépecha “lago de los dioses”, es uno de los lugares más paradisíacos del estado de Michoacán. Ubicado a 40 Km. de Uruapan en la carretera a Morelia, el lago de Zirahuén ofrece al visitante sus aguas cristalinas, enmarcado bajo el azul del cielo y el verde de sus montañas. Cuenta con una amplia infraestructura turística que permite al visitante entrar en contacto directo con la naturaleza sin privarse de las comodidades urbanas. La pesca deportiva, vela, kayak, squí, cabalgatas, paseos a pie o en lancha, y un sinnúmero de actividades, hacen de Zirahuén el destino perfecto para pasar unos días en familia, con los amigos o de luna de miel. Ven y déjate cautivar por su belleza.

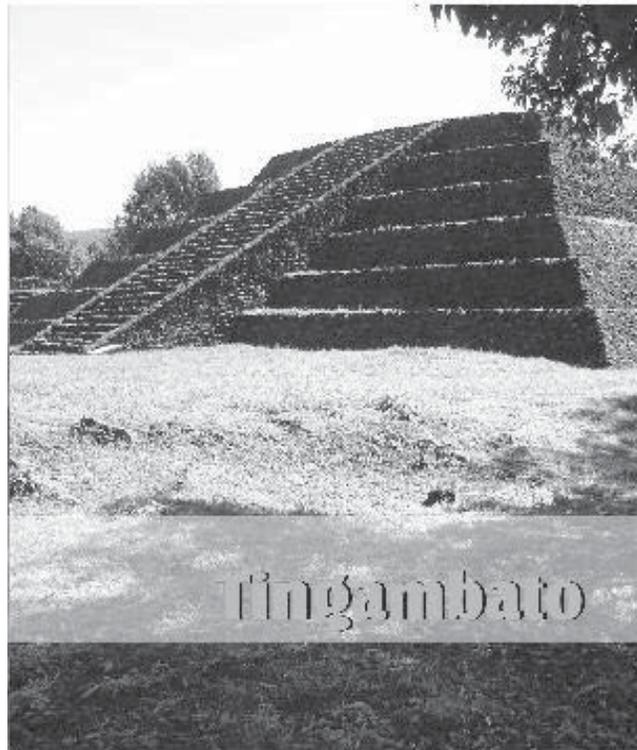
### \*Zirahuén, del purépecha “lago de los dioses”\*



La zona arqueológica de Tingambato, se encuentra en la población de Santiago de Tingambato, ubicada a 20 Km. de Uruapan, en la carretera a Pátzcuaro, y es hoy por hoy, una joya del pasado prehispánico michoacano. Este sitio que data del año 450 de nuestra era, reviste un doble interés por ser anterior al esplendor de la cultura Purépecha y por ser una pieza clave en la construcción histórica de los primeros pobladores de estas tierras.

## \*Este sitio que data del año 450 de nuestra era\*

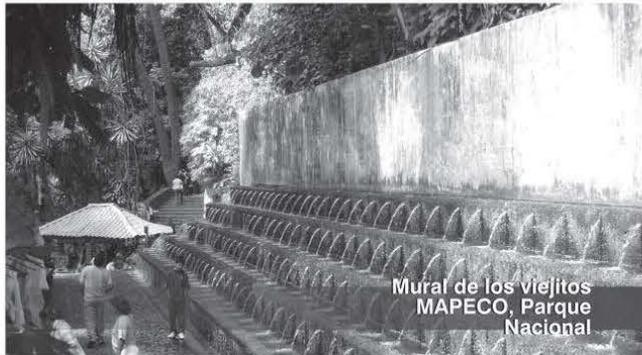
Aunque no ha sido explorado en su totalidad, este centro ceremonial prehispánico ofrece a los visitantes la oportunidad de recrear un misterioso pasado, al mismo tiempo que disfrutar de la belleza natural de la región. No pierdas la oportunidad de conocer Tingambato y ponerte en contacto con nuestras raíces.



Si en tu estancia solamente tienes contemplado un día en la ciudad, déjanos planear tu recorrido. A continuación te ofrecemos las mejores opciones para que tu día en Uruapan lo disfrutes al máximo.

## Uruapan día 1

El parque nacional "Barranca del Cupatitzio" es un lugar que definitivamente no te puedes perder así que te recomendamos empezar en este bello lugar al cual, para disfrutarlo, tendrás que dedicarle por lo menos medio día. Te recomendamos uses zapatos cómodos para caminar, ya que el recorrido incluye subidas y bajadas en un bello camino empedrado.

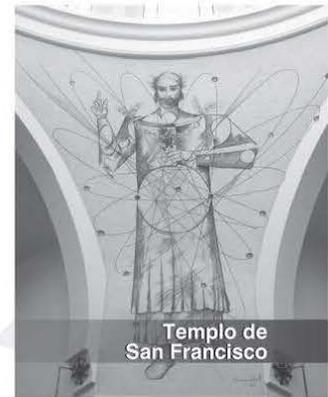


Tu visita no podría estar completa sin disfrutar de todo lo que se ofrece en la zona centro de la ciudad así, que después de tu recorrido por el parque nacional te recomendamos comer en alguno de los establecimientos que aquí mismo te recomendamos (ver restaurantes). Una vez en el centro no puedes dejar de visitar la Huatapera, uno de los edificios más importantes en la ciudad, construido por orden de Fray Juan de San Miguel. Ahora se exponen en el lugar artesanías de diferentes lugares de la región. A sólo una cuadra del lugar se encuentra uno de los sitios más



significativos de Uruapan, el templo de San Francisco un bello lugar decorado de singular manera por el maestro iraní Mohammed Sciddel.

De esta manera tu día se da por terminado; ahora, lo único que te queda por es relajarte, ya sea en alguno de los cafés, bares o, simplemente, disfrutando de un rico atole acompañado de unos ricos tamales tan tradicionales de la región en el mercado de antojitos.



Páginas 26 y 27  
Recorrido sugerido día 1  
Uruapan  
de arribAbajo



Si en tu plan tienes dos días de estancia con nosotros, déjanos planearlo por ti. Después de seguir nuestro recorrido del primer día totalmente en contacto con la naturaleza, aquí te proporcionamos información para que disfrutes de la segunda jornada.

## día 2

Para tu segundo día en la ciudad, solamente te podemos decir que que no te debes perder la Tzaráracua. Una bella caída de agua en las afueras de Uruapan, este lugar ofrece varios servicios, desde un paseo a caballo hasta áreas recreativas para los mas pequeños, así que será ideal para ir con toda la familia. De nuevo te recomendamos vestir de manera muy cómoda por que tendrás la oportunidad de ejercitarte y probar tu condición física, si decidiste tomar el recorrido a pie.

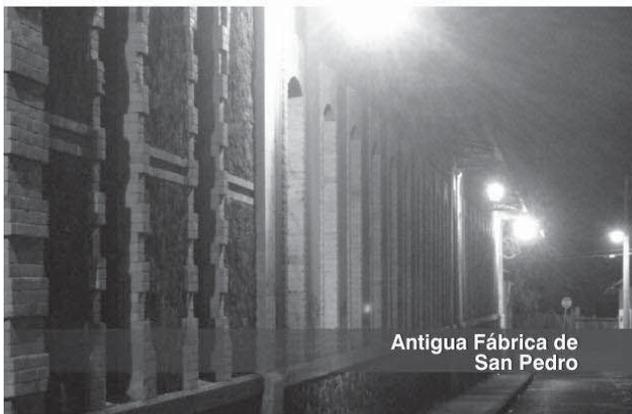


La Tzaráracua

Página 28 y 29  
Recorrido sugerido día 2  
Uruapan  
de arribAbajo



Después de todo este ejercicio, regresa a nuestra zona centro y no te podríamos recomendar otra cosa que no sea relajarte y dejarte consentir en alguno de los establecimientos (ver restaurantes) donde estarán encantados de atenderte como te mereces. Una vez que estés en el centro no puedes dejar de conocer la antigua fábrica de San Pedro. Ésta se encuentra a unas cuerdas de la plaza. En este lugar, que ahora expone diversas telas de fabricación local, también encontrarás uno de los clubes de moda en la ciudad.



Antigua Fábrica de San Pedro



Plaza Mártires de Uruapan

Uruapan es un bello lugar de noche. Entonces, lo único que nos resta decir es que no puedes perderte una caminata en la plaza o algún lugar con la música de tu preferencia y un buen trago, aquí te ofrecemos las diferentes opciones, ahora solamente tienes que elegir.

# Más Actividades en Uruapan

Además de los sitios ya mencionados, Uruapan te ofrece muchas otras actividades para todos los gustos y edades. A continuación ponemos en tus manos toda la información que necesitas.

## Centros Comerciales

**Plaza las Américas Paseo Lázaro Cárdenas No1800**  
Tel.- (452) 523-3017

Servicios:  
4 Salas de Cine, Cafetería, Zapatería Tiendas de Ropa Deportiva, Ropa para Mujer y Hombre.

**Plaza Galerías**  
Paseo Lázaro Cárdenas Esq. Ave. Latinoamericana

Servicios:  
Restaurante, Cafetería, Servicios Fotográficos, Ropa Infantil, Varonil y Femenil, Accesorios, Mueblería.

**Plaza Bugambilias**  
Calzada la Fuente No. 43

Servicios:  
Restaurante, Cafetería, Zapatería, Calzado Deportivo Tiendas de Ropa Femenil y Varonil, Servicios de Cómputo y Telefonía Celular, Accesorios

## Centros Recreativos Infantiles

**Mundo Feliz**  
Juan Ayala No 19 Centro  
Tel. (452) 523-3011

Cafetería  
Juegos Infantiles  
Servicio de Fiestas Infantiles

**Parque de Diversiones Mundo Zizis**  
Bruselas Esq. Tlaxcala.  
Tel. (452) 500-9229

Cafetería  
Juegos Infantiles  
Servicio de Fiestas Infantiles

## Balnearios

**Presa Santa Bárbara**  
Carretera Uruapan Pátzcuaro (cuota) Km 3

Servicios:  
Áreas Verdes, Comedores.

**Villa Paraíso**  
Carretera Uruapan Pátzcuaro (cuota) Km 3  
Tel. (452) 528-0286

Servicios:  
Alberca Semiolimpica, Tobogán Acuático, Áreas Verdes, Cascada, Estacionamiento, Juegos Infantiles, Chapoteadero, Río Interior, Canchas Deportivas



Presa Santa Bárbara



Plaza Bugambilias

Cupones promocionales  
con descuentos especiales  
para turistas  
Uruapan  
de arriba abajo  
▶▶▶



**Real de Uruapan**  
HOTEL

**Válido por una  
cena a la carta**

Se Aplican Restricciones  
(ver al reverso)



**2x1**  
Bebida Nacional

**La Misión**  
**BAR**  
*music & drinks*

Se Aplican Restricciones  
(ver al reverso)



*¡la alegría del sabor!*

**10 AÑOS**  
1992-2002

**DENNIS PIZZA**

submarinos y hamburguesas

**Pizza**  
**2x1**

Se Aplican Restricciones  
(ver al reverso)



**2x1**  
Bebida Nacional

**Rancho Rodeo**

Se Aplican Restricciones  
(ver al reverso)



Promoción válida sólo para huéspedes del hotel "real de uruapan" del 1 de marzo al 30 de agosto Sólo con identificación oficial con domicilio fuera de Uruapan.



Promoción válida del 1 de marzo al 30 de agosto Sólo con identificación oficial con domicilio fuera de Uruapan.



Promoción válida del 1 de marzo al 30 de agosto Sólo con identificación oficial con domicilio fuera de Uruapan.



Promoción válida del 1 de marzo al 30 de agosto Sólo con identificación oficial con domicilio fuera de Uruapan.

Página 31  
Calendario de actividades y  
mapa  
Uruapan  
de arribaAbajo



19 de Marzo Fiesta de San José en el barrio del mismo nombre

Marzo-Abril Tianguis Artesanal en la plaza principal

21 al 30 de Mayo Feria nacional del libro (plaza principal)

24 de Junio Festividad de San Juan Bautista en el barrio del mismo nombre

22 de Julio Festividad a Santa María Magdalena en el barrio del mismo nombre



Artesanías del Domingo de ramos



## Ubicación



- 1 La Huatapera
- 2 Centro histórico
- 3 Parque nacional
- 4 Parque La Pinera
- 5 La Tzaráracua
- 6 Casa de la Cultura
- 7 Capilla de San Francisco
- 8 Fábrica de San Pedro
- 9 Mercado de antojitos
- 10 Aeropuerto
- 11 Central camionera
- 12 Tingambato
- 13 Zirahuén

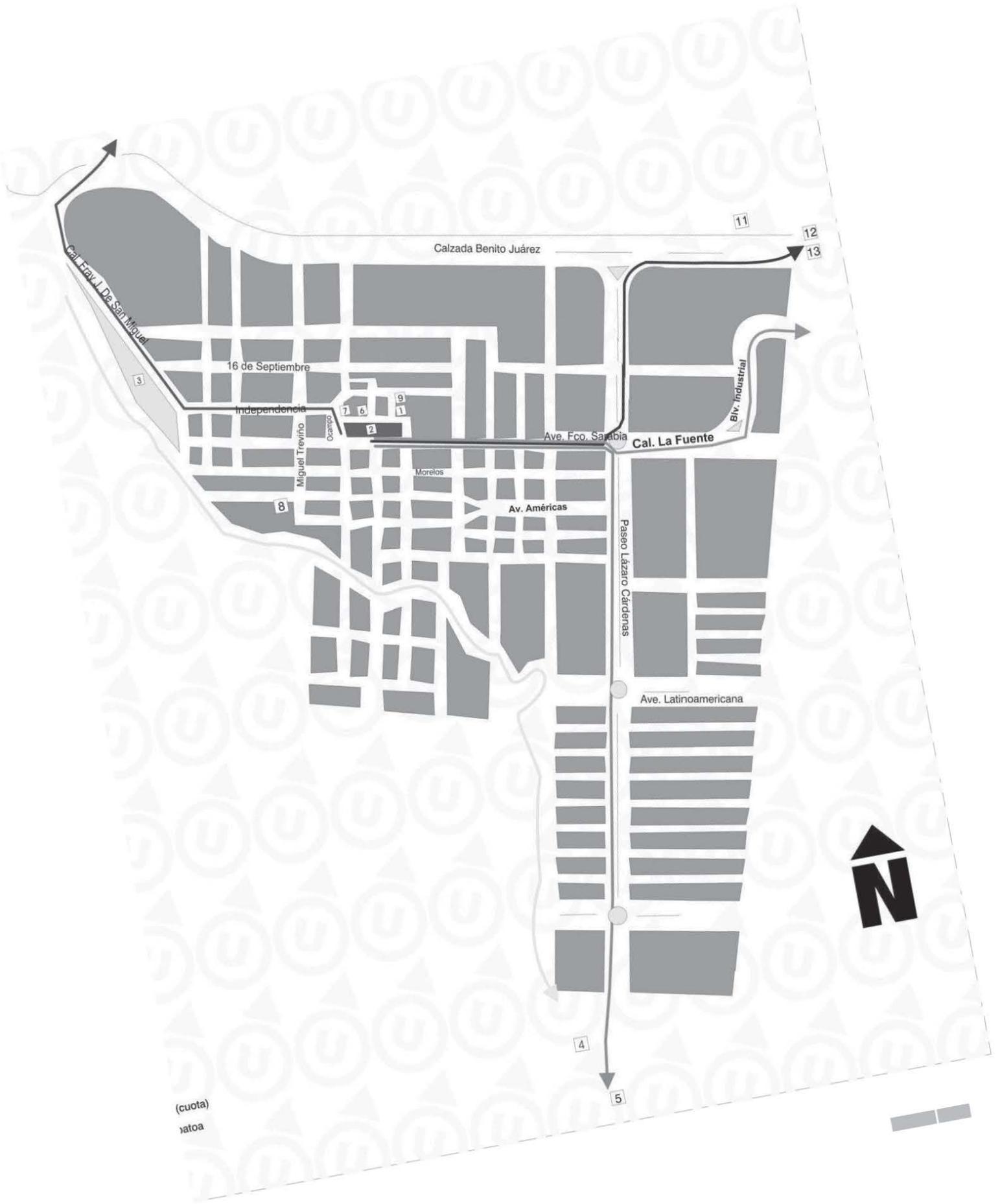
Rio Cupatitzio

Del centro histórico a la carretera a Zamora

A la Tzaráracua

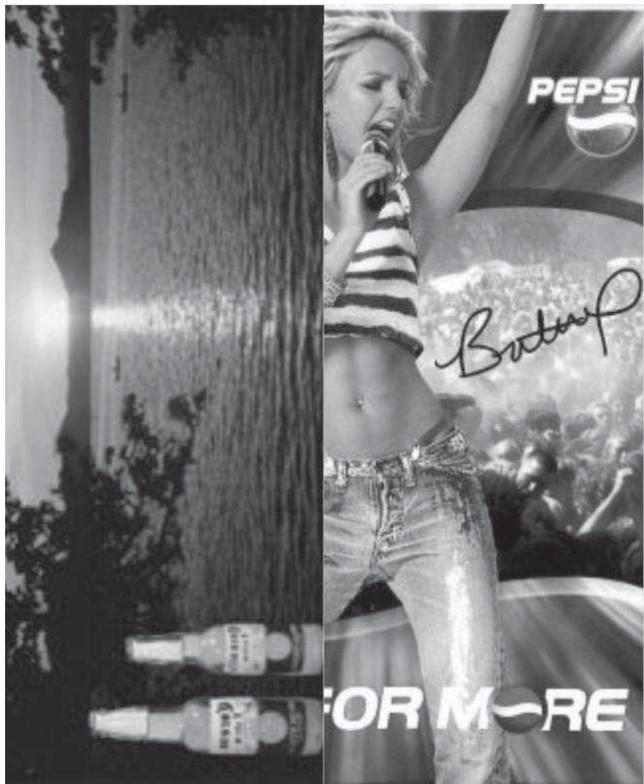
Del centro histórico a la carretera a Morelia

Del centro histórico a la carretera a Tingambato



(cuota)  
atao

Contraportada y  
espacios para publicidad  
Uruapan  
de arribaAbajo



año I No. 1

de arribaAbajo

leza Naturaleza Natu arezaN  
descanso Descanso Descans  
ción Tradición Tradición Trac  
n Diversión Diversión Diversi

FIPROTUR

Michoacán

MEXICO

100 años  
1910-2010

Unidos  
Michoacán  
un gobierno para todos

URUAPAN

Publicación Gratuita Semestral

### -Promoción

La promoción de este proyecto es muy importante ya que, de esta forma, el turista se dará cuenta de la existencia de este documento que no solamente le brindará la información básica, sino que también será pieza clave para que disfrute al máximo su estancia.

La promoción se divide en dos partes. Una es para dar a conocer la primera publicación en marzo y que la gente sepa que ya está disponible. La segunda etapa de promoción será en octubre para dar a conocer que la publicación de invierno está al alcance de ellos.

## PROMOCIÓN

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

Carteles promocionales para  
domingo de ramos y verano.

Carteles promocionales para  
Noche de muertos e invierno.

Para la promoción y difusión de esta guía se tienen contemplados una serie de carteles que hablen de ella y que inviten al visitante a adquirirla.

## Lugares de promoción

HOTELES  
CENTRAL CAMIONERA  
AEROPUERTO  
PARQUE NACIONAL BARRANCA DEL CUPATITZIO

# Uruapan



**Pide tu guía gratuita**  
y disfruta de Uruapan al máximo  
que necesitas

# CONOCE pan



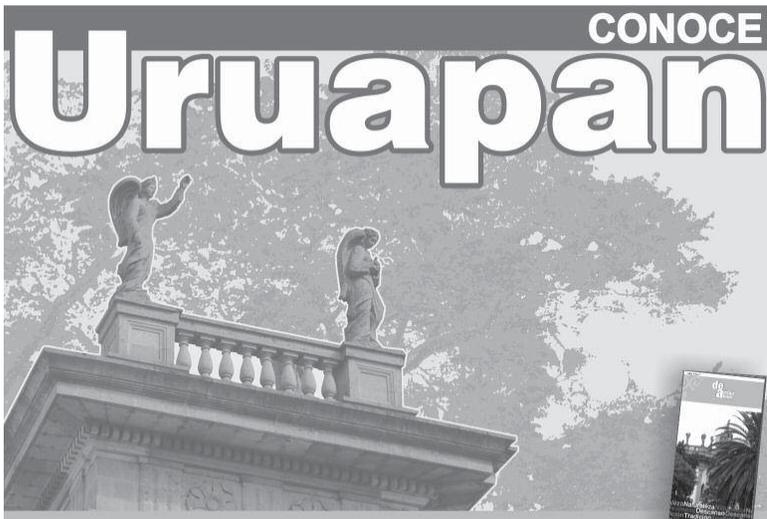
**“de arribAbajo”**  
o, con toda la información  
y cupones de descuento.



Aquí se presentan las propuestas de cartel promocional, con sus diferentes variantes en color e imagen.

CONOCE

# Uruapan

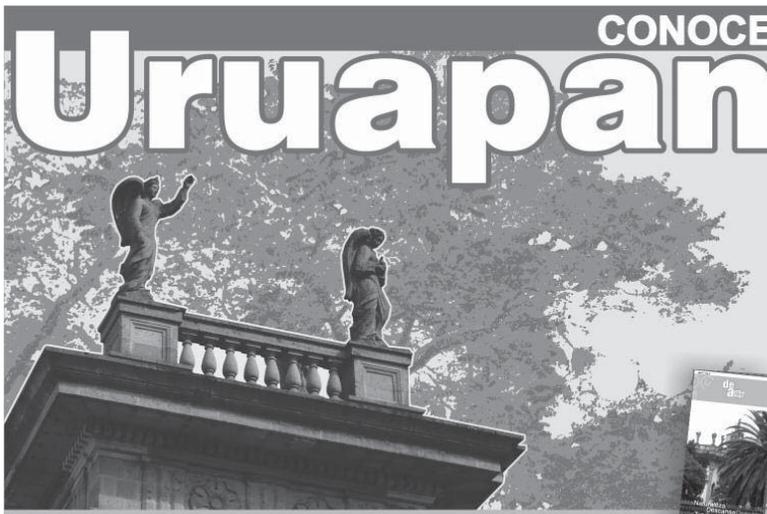


**Pide tu guía gratuita “de arribAbajo”**  
y disfruta de Uruapan al máximo, con toda la información  
que necesitas y cupones de descuento.



CONOCE

# Uruapan



**Pide tu guía gratuita “de arribAbajo”**  
y disfruta de Uruapan al máximo, con toda la información  
que necesitas y cupones de descuento.



Variantes de cartel promocional  
Uruapan  
de arribAbajo



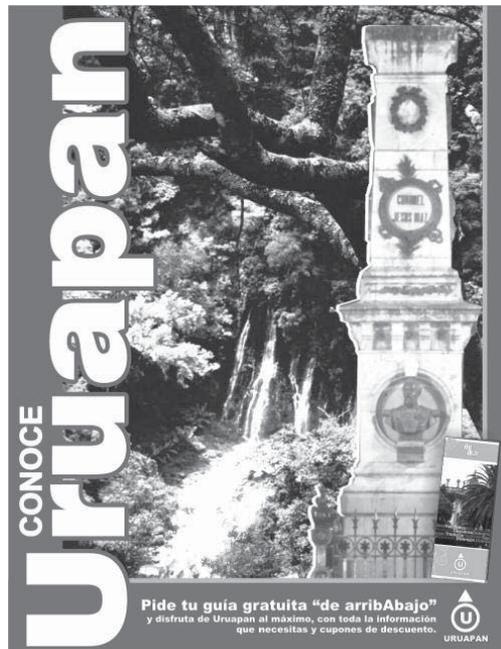
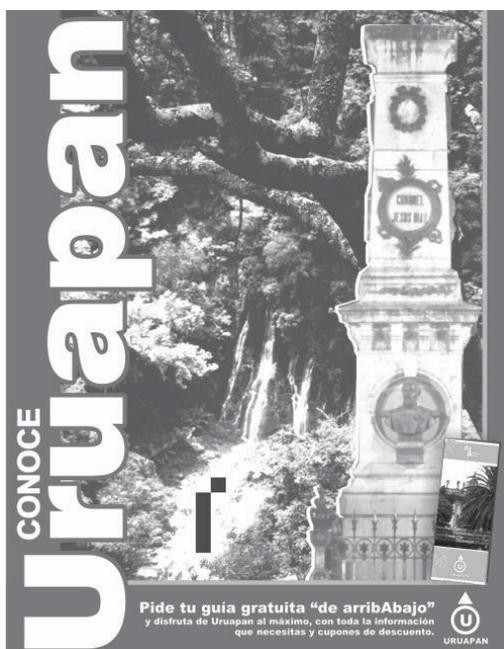
Variantes de cartel  
promocional ▼  
Uruapan ▼  
de arribAbajo ▼

# CONOCE Uruapan

**Pide tu guía gratuita “de arribAbajo”**  
y disfruta de Uruapan al máximo, con toda la información  
que necesitas y cupones de descuento.

URUAPAN

Variantes de cartel (color)  
promocional ▼  
Uruapan ▼  
de arribAbajo ▼



*-Distribución*

La distribución de este documento, al igual que la difusión, está dividida en dos etapas. En marzo se dará comienzo al número que se podría considerar cubre primavera y verano y en septiembre comienza lo que será el número que cubrirá el otoño e invierno.

## DISTRIBUCIÓN

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

Distribución del número para domingo de ramos y verano.

Distribución del número para Noche de muertos e invierno.

### DISTRIBUCIÓN PERMANENTE

CASSETAS DE CARRETERAS  
Uruapan-Pátzcuaro  
Uruapan-Lazaro Cardenas  
CARRETERA URUAPAN-GUADALAJARA  
HOTELES  
CENTRAL CAMIONERA  
AEROPUERTO

### DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN EN:  
-HUATAPERA  
-PARQUE NACIONAL BARRANCA DEL CUPATITZIO

### Presupuestos.

- 1000 guías turísticas
- 1/2 carta vertical
- portada e interior en couché de 135 g
- selección de color

**\$29,300.00 + IVA**

- 1000 carteles
- 4 cartas
- couché
- en selección de color:

**\$4,700.00 + IVA**

## **CONCLUSIÓN:**

La propuesta de solución que se ha presentado en este proyecto de tesis, ante el problema que se planteó, es solamente una de las tantas acciones que se tienen que llevar a cabo si se pretende que el turismo en Uruapan se desarrolle de la manera deseada.

Hablando del resultado, después de la investigación realizada y desarrollo del proyecto se puede decir que éste es correcto. El turista tendrá en sus manos una fuente muy completa que le informará y guiará durante toda su estancia en la ciudad sobre los temas y actividades que podrían ser necesarios y de su agrado, de manera ordenada, clara y funcional.

La implementación de este proyecto ahora le pertenece a las autoridades correspondientes (SECTUR, H. Ayuntamiento) o, en un momento determinado, el sector privado.

## GRACIAS

### A:

>**MIS PADRES** *Juanita, Eliseo y a Dios por habermelos regalado*

>**MIS HERMANAS** *Sele y Liz*

>**MI SOBRINA** *Mia Fernanda*

>**MI CASA EN LOS ANGELES CAL.** *Raul y Alejandro Garibay (en especial)*

>**MIS MUY BUENOS AMIGOS** *Blanca y Heenry (que sufrieron tanto como yo cada una de mis entregas), Itzia,, Vanessa (por escuchar todas mis quejas), Polito y su vocho, Menchaka y Rogelio*

>**MIS MAESTROS DE TESIS** *Arturo, Kenneth Mine y Chely*

>**MÁS MAESTROS** *Cristina Cruz, Margarita Gueorguieva, Pedrito Arziller*

>**MÁS AMIGOS** *Nalle, Rafa, Roque, Zura, Vania, Thomas O'Quinn y a todos los que de alguna u otra manera contribuyeron a que este proyecto se llevara al cabo.*

## REFERENCIAS.

### Bibliográficas:

#### Historia del Diseño Gráfico

Philip B. Meggs  
Editorial McGrawHill  
Tercera Edición  
México, 2000

#### The Design of Advertising

Roy Paul Nelson  
University of Oregon  
Editorial WCB  
Tercera Edición  
E.U.A. 1996

#### Manual de Diseño Editorial

Jorge de Buen  
Editorial Santillana  
Primera Edición  
México, 2000

#### Señalética, de la señalización al diseño de programas

Joan Costa

### Electrónicas:

<http://www.michoacan.gob.mx/>

[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_1\\_home\\_sectur](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_1_home_sectur)

<http://www.uruapan.gob.mx/>

<http://www.sat.gob.mx/>

[http://www.michoacan-travel.com/fiprotur/eng\\_upn\\_mapa\\_ciudad.](http://www.michoacan-travel.com/fiprotur/eng_upn_mapa_ciudad)

<http://www.geocities.com/CollegePark/Hall/9355/windice.html>

<http://www.matthewwelchphoto.com/mainholder.html>

<http://sagmeister.com/index.html>

<http://gabrielamistralymaestrosdemexico.blogspot.com/>